

Methodologie voor onderzoek in marketing en management

Foeke van der Zee

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvuldigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar worden gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, hetzij mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16B Auteurswet 1912 j^o het Besluit van 20 juni 1974, St.b. 351, zoals gewijzigd bij het besluit van 23 augustus 1985, St.b. 471 en artikel 17 Auteurswet 1912, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht.

Voor het opnemen van gedeelten uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) dient men zich tot de uitgever te wenden.

Titel: Methodologie voor onderzoek in marketing en management

Auteur: Foeke van der Zee

Omslagontwerp: Peter Boersma

Illustraties: Yvonne Sebo

Druk: Koninklijke Wöhrmann B.V., Zutphen

© Hulp bij Onderzoek (BMOOO), Foeke van der Zee, 2015

ISBN: 978-90-78421-00-9

Nurcode: 143

Uitgever: Hulp bij Onderzoek, Groningen

Oplage: augustus 2016

Inhoudsopgave

Voorwoord van Hester van Herk.....	iii
Voorwoord van Foeke van der Zee.....	iv
Verantwoording.....	vi

INTRODUCTIE 1

1. Wat is onderzoek 2

1.1 Een definitie van onderzoek.....	2
1.2 De onderzoeker als probleemoplosser of de onderzoeker als adviseur.....	4
1.3 Onderzoek en verwante termen.....	5
1.4 Wetenschappelijk versus niet-wetenschappelijk onderzoek.....	6
1.5 Het methodologisch handelingsmodel.....	6
1.6 Onderzoek en theorie.....	10
1.7 De kwaliteit van het onderzoek.....	11
Vragen en opdrachten.....	12

2. Veelvoorkomende onderzoekstypen bekeken vanuit het perspectief van het methodologisch handelingsmodel 14

2.1 Literatuurstudie.....	14
2.2 Ondervragen van deskundigen.....	17
2.3 Een survey.....	18
2.4 Een laboratoriumonderzoek.....	19
Vragen en opdrachten.....	20

DE ACHT STAPPEN IN IEDER ONDERZOEK 23

3. De eerste stap: probleem- en vraagstelling 24

3.1 Wat is een probleemstelling en wat is een vraagstelling.....	24
3.2 Eisen aan de vraagstelling.....	27
3.3 Typen vraagstellingen.....	28
3.4 Herkennen van slecht geformuleerde vraagstellingen.....	28
Vragen en opdrachten.....	31

4. De tweede stap: het onderzoeksdesign 32

4.1 Wat is een design.....	33
4.2 Opbouw van het onderzoeksdesign.....	33
4.3 Matchen en randomiseren.....	36
4.4 Een voorbeeld van het redeneren met een design.....	38
4.5 Een specifiek geval: placebo's.....	40
4.6 Experimentele en niet-experimentele variabelen.....	41

4.7 Het conceptueel model	42
Vragen en opdrachten.....	44
5. De derde stap: het meetinstrument.....	46
5.1 Wat is meten.....	46
5.2 Manieren van meten	47
5.3 Validiteit.....	50
5.4 Betrouwbaarheid	52
5.5 Kan het meetinstrument voldoende discrimineren.....	54
5.6 Hoe kies je het juiste meetinstrument	54
Vragen en opdrachten.....	56
6. De vierde stap: de steekproef	57
6.1 Wel of niet een steekproef trekken.....	57
6.2 De terminologie van populatie naar respons	58
6.3 Eisen aan de steekproef.....	60
6.4 Representativiteit.....	60
6.4.1 <i>Opvattingen over representativiteit</i>	61
6.4.2 <i>Toetsen van representativiteit</i>	64
6.5 Steekproefgrootte	66
6.6 Negen manieren van steekproeftrekken	68
6.7 Panels	72
Vragen en opdrachten.....	73
7. De vijfde stap: de analyseopzet	74
7.1 Analyse van kwalitatieve gegevens.....	75
7.1.1 <i>Het geschreven woord</i>	75
7.1.2 <i>Het gesproken woord</i>	75
7.1.3 <i>Beeld- en geluidsmateriaal</i>	77
7.1.4 <i>Objecten of voorwerpen</i>	77
7.1.5 <i>Slotopmerking bij kwalitatieve analyse</i>	77
7.2 Analyse van kwantitatieve gegevens.....	78
7.2.1 <i>Het niveau van de variabele</i>	78
7.2.2 <i>De basisvorm van statistische toetsen</i>	80
7.2.3 <i>De keuze voor een bepaalde statistische analyse</i>	84
7.3 Het concrete analyseplan.....	86
Vragen en opdrachten.....	88
8. De zesde stap: de data verzamelen.....	90
8.1 Hoe ga je fatsoenlijk met de deelnemers van het onderzoek om	91
8.2 Uitval.....	92
8.2.1 <i>Soorten uitval</i>	93
8.2.2 <i>Non-responsonderzoek</i>	95
8.3 Voorkomen van uitval en respons verhogende maatregelen.....	96
8.3.1 <i>Problemen bij de benaderde personen</i>	96

8.3.2	<i>De presentatie</i>	98
8.3.3	<i>Anonimiteit is leuk, maar niet altijd mogelijk</i>	99
8.3.4	<i>Soms helpt een kleine beloning</i>	100
8.3.5	<i>Een herinnering afgeven</i>	101
8.3.6	<i>Houd rekening met het tijdstip</i>	102
8.4	Oversampelen	102
8.5	Voorkom ongewenste invloed van anderen	104
8.6	Blind onderzoek	104
	Vragen en opdrachten	106
9.	De zevende stap: de data analyseren	108
9.1	De gegevens invoeren in een databestand	108
9.1.1	<i>Wat te doen met de verschillende soorten data</i>	109
9.1.2	<i>Het kwantitatieve databestand</i>	113
9.2	Analyse van de respons	114
9.3	Analyses van de kwalitatieve gegevens	114
9.3.1	<i>Kun je met kwalitatief materiaal ook vergelijkingen maken</i>	115
9.3.2	<i>Protocolanalyse is een goede en handige techniek</i>	117
9.4	Uitvoeren van de analyses op het kwantitatieve materiaal	120
9.4.1	<i>De ingevoerde gegevens controleren</i>	120
9.4.2	<i>Beschrijving van de respons en representativiteit</i>	121
9.4.3	<i>Controle of constructie van de meetinstrumenten</i>	122
9.4.4	<i>Statistische analyses ter beantwoording van de onderzoeksvraag</i>	122
9.4.5	<i>De kwalitatieve fase in de kwantitatieve analyse</i>	123
9.4.6	<i>Aanvullende analyses</i>	125
9.5	Bijzondere analyses	125
9.5.1	<i>De samengestelde vraag</i>	125
9.5.2	<i>Weging</i>	128
9.5.3	<i>Betrouwbaarheidsintervallen</i>	129
	Vragen en opdrachten	131
10.	Achtste stap: het onderzoeksverslag	133
10.1	Vormen van verslaggeving	133
10.2	De standaardopbouw van een onderzoeksrapport	134
10.3	Het nuttig gebruik van tabellen en grafieken	139
10.3.1	<i>Tabellen</i>	139
10.3.2	<i>Grafieken</i>	141
10.4	Het verwijzen naar literatuur	142
10.4.1	<i>Hoe verwijst je in de tekst naar auteurs</i>	142
10.4.2	<i>Opstellen van de literatuurlijst</i>	145
	Vragen en opdrachten	147

TOEPASSINGEN.....	149
11. Typen onderzoek (een algemene indeling)	150
11.1 Indeling naar vraagstelling	150
11.1.1 Exploratief onderzoek	151
11.1.2 Beschrijvend onderzoek	152
11.1.3 Vergelijkend onderzoek.....	152
11.1.4 Evaluatieonderzoek.....	153
11.1.5 Verklarend onderzoek	154
11.1.6 Longitudinaal onderzoek	155
11.2 Indeling naar de plaats waar de gegevens zijn verzameld	157
11.2.1 Bureauonderzoek	157
11.2.2 Veldonderzoek.....	158
11.2.3 Laboratoriumonderzoek.....	166
11.2.4 Simulatieonderzoek.....	167
11.3 Kwalitatief of kwantitatief onderzoek.....	169
11.4 De onderzoekskubus	170
Vragen en opdrachten.....	172
12. Specifieke vormen van managementonderzoek	174
12.1 Markt- en marketingonderzoek	174
12.1.1 De diverse vormen van marktonderzoek.....	174
12.1.2 De diverse vormen van marketingonderzoek.....	176
12.1.3 Specifieke vormen van marktonderzoek.....	180
12.2 Het veldexperiment (verklarend onderzoek in het veld).....	183
12.3 Het laboratoriumexperiment	184
12.4 Actieonderzoek.....	184
12.5 Mystery guest	188
12.6 Simulatie.....	189
12.7 Big data	192
Vragen en opdrachten.....	194
13. Zelf een meetinstrument maken.....	195
13.1 Overschrijven	196
13.1.1 Twee uitersten in de meetmethode 'overschrijven'	196
13.1.2 Het overschrijven als proces.....	197
13.1.3 Je wapenen tegen fouten	198
13.1.4 Adviezen om overschrijven als meetinstrument te gebruiken	199
13.2 Observeren	201
13.2.1 De toevallige observatie	201
13.2.2 Systematische observatie	201
13.2.3 De vier basisvormen van observeren.....	203
13.2.4 De betrouwbaarheid en de validiteit van observaties	206
13.3 Interviewen.....	207
13.3.1 Welke vormen van interview zijn er	207

13.3.2 Drie vormen van afname.....	208
13.3.3 Het interview voorbereiden	209
13.3.4 De taken van de interviewer tijdens het interview	210
13.3.5 Het nawerk, de afhandeling	210
13.4 Groepsbijeenkomsten	211
13.4.1 Soorten groepsbijeenkomsten	211
13.4.2. De samenstelling van de groep.....	213
13.4.3 De gespreksleider	213
13.4.4. Analyseren, verwerken van de data	214
13.5 Enquêteren.....	214
13.5.1 Wat bedoelen we met de term enquête.....	214
13.5.2 Het verschil tussen enquêteren en interviewen.....	215
13.5.3 Soorten vragen.....	216
13.5.4 Eisen aan de vragen.....	219
13.5.5 Eisen aan de antwoorden.....	222
13.5.6 Test je vragenlijst.....	224
13.5.7 Manieren van afnemen van vragenlijsten.....	225
13.5.8 De lengte van de vragenlijst	229
Vragen en opdrachten.....	230
14. Onderzoekleidraad / checklist	232
Fase 1: probleem- en vraagstelling.....	234
Fase 2: het onderzoeksontwerp	235
Fase 3: de uitvoering	240
Fase 4: het verslag	243
Zakenregister	244