

Onderzoeksmethoden

TWEEDE BACHELOR TEW

JANTINE DECLEIR

Inhoudsopgave

1	Inleiding tot (bedrijfs)onderzoek	3
1.1	Wat is onderzoek?	3
1.2	Wat is bedrijfsonderzoek?	3
1.3	Soorten bedrijfsonderzoek	4
1.4	De wetenschappelijke aanpak	5
1.4.1	<i>Bouwstenen van de wetenschappelijke methode</i>	5
1.4.2	<i>Illustraties</i>	5
1.4.3	<i>De wetenschappelijke onderzoekscyclus</i>	8
1.4.4	<i>Fasen in een wetenschappelijk onderzoekstraject</i>	9
2	Probleemanalyse	10
2.1	Identificatie van een probleem	10
2.2	Initiële informatieverzameling	11
2.3	Probleemstelling	11
2.4	Literatuurstudie	13
2.5	Theoretisch kader	16
3	Academisch schrijven	17
3.1	Lees je in	17
3.2	Structureer	17
3.3	Argumenteer	18
3.4	Formuleer correct	18
3.5	Plagieer niet	18
4	Onderzoeksontwerp	19
4.1	Wat is kwalitatief onderzoek?	19
4.2	Het onderzoeksontwerp	20
4.2.1	<i>Doel van het onderzoek</i>	20
4.2.2	<i>Onderzoekskeuzes</i>	22
5	Kwalitatieve dataverzameling	27
5.1	Introductie	27
5.2	Interviews	27
5.2.1	<i>Vragenlijsten in kwalitatief onderzoek</i>	27
5.2.2	<i>The questioning technique</i>	29
5.2.3	<i>Diepte-interviews vs. focusgroepen</i>	29
5.2.4	<i>Projectieve technieken</i>	29
5.3	Observeren	30
5.3.1	<i>Vier sleuteldimensies die de soorten observatiemethoden typeren</i>	30
5.3.2	<i>Wat wordt er geobserveerd?</i>	30
5.3.3	<i>Gestructureerde observatie</i>	31
6	Nvivo	32
6.1	Kwalitatieve data-analyse	32
6.2	Data-analyse met Nvivo	33
7	Voorbeelden examenvragen	39

1 Inleiding tot (bedrijfs)onderzoek

1.1 Wat is onderzoek?

Onderzoek het proces gericht op het vinden van een **oplossing** voor een probleem dmv een **grondige** studie en analyse van situationele factoren

Onderzoeksmethode hangt niet vast aan een probleem. Het is een bepaalde methode om veel problemen op te lossen, niet slechts één probleem

- ✓ *Slaagt de pizzabakker er in (de oorsprong van) het **probleem te identificeren**?*
- ✓ *Heeft hij/zij een goed zicht op de verschillende **factoren** die een invloed hebben op de bestudeerde situatie?*
- ✓ *Weet hij/zij welke **informatie** er verzameld moet worden en hoe?*
- ✓ *Kan hij/zij de gepaste **conclusies** trekken uit de verzamelde informatie?*
- ✓ *Kan hij/zij de resultaten van dit proces implementeren om het proces **op te lossen**?*

1.2 Wat is bedrijfsonderzoek?

Bedrijfsonderzoek verwijst naar een **systematische en georganiseerde** inspanning om een specifiek probleem dat zich voordoet in een **werkomgeving** te onderzoeken en op te lossen

BEDRIJFSONDERZOEK WORDT GEBRUIKT OM ISSUES IN .. AAN TE PAKKEN	ZOALS:
Accounting	○ Budget control systems, practices, & procedures ○ Inventory costing methods ○ Taxation methods ○ Cash recovery rates
Finance	○ Verrichtingen van financiële instellingen ○ Optimum financiële ratios ○ Mergers & acquisitions
Management	○ Attitudes & gedrag van werknemers ○ HRM ○ Information systems
Marketing	○ Keuzegedrag van consumenten ○ Klantentevredenheid & -trouw ○ Product imago ○ Verkoopspromoties ○ Prijszettingsstrategieën

Kennis van onderzoeks- en probleemoplossende methoden helpt managers om:

- **probleemsituaties** te identificeren voordat ze onbeheersbaar worden;
- **onderzoeksresultaten** te interpreteren en te evalueren in functie van de implementatie;
- **publicaties** in wetenschappelijke tijdschriften te begrijpen en eventueel te gebruiken in de bedrijfsvoering;
- meer **sensitief** te zijn ten aanzien van de vele variabelen die inspelen op een bepaald probleem en bewust te zijn van de complexiteit van een bepaald probleem;
- op een berekende wijze **beslissingen** te kunnen **nemen**, waarbij het risico op succes of falen goed kan ingeschat worden;
- te detecteren wanneer stakeholders bepaalde informatie trachten te beïnvloeden of te manipuleren in hun voordeel;
- vlotter te **communiceren** met **onderzoekers** of consultants;
- meer **onderbouwde beslissingen** te nemen

1.3 Soorten bedrijfsonderzoek

NAAR TOEPASSINGSGEBIED

Theoriegericht versus praktijkgericht
(wetenschappelijk probleem versus management probleem)
(bedrijfswetenschappelijk versus bedrijfskundig onderzoek)

<i>Bedrijfswetenschappelijk onderzoek</i>	kennis verkrijgen over bepaalde gebeurtenissen, processen, verschijnselen of fenomenen binnen en rond organisaties
<i>Bedrijfskundig onderzoek</i>	onderzoek in het kader van het oplossen van problemen op de werkvloer en het nemen van beslissingen

Voorbeeld 1: 'to acquire or not to acquire is the question'

Companies are very interested in acquiring other firms, even when the latter operates in totally unrelated realms of business. For example, Coca-cola has announced that it wants to buy China Huiyuan Juice Group in an effort to expand its activities in one of the world's fastest-growing beverage markets. Such acquisitions are claimed to "work miracles". However, given the volatility of the stock market and the slowing down of business, many companies are not sure whether such acquisitions involve too much risk. At the same time, they also wonder if they are missing out on a great business opportunity if they fail to take such risks. Some research is needed here (Sekaran et al., 2013, p.14)!

- | | |
|---------------------------------------|--|
| A. Bedrijfswetenschappelijk onderzoek | - onder welke omstandigheden een onbepaald bedrijf moet overgenomen worden |
| B. Bedrijfskundig onderzoek | - we onderzoeken 1 bedrijf bij het overnemen |

Voorbeeld 2

Een onderzoek naar de relatie tussen de stijl van leidinggevend en de bereidheid van collega's om kennis met elkaar te delen.

- A. Bedrijfswetenschappelijk onderzoek
B. Bedrijfskundig onderzoek

Voorbeeld 3: 'effects of service recovery on customer satisfaction'

Service failures are a well-known phenomenon in service companies. The way these firms deal with service failures seems to have an important impact on the customer satisfaction. A study wants to investigate the question: 'What is the most effective way for an organization to recover from a service failure?' The objective is to provide guidelines for establishing the proper "fit" between service failure and service recovery that will generalize across a variety of service industries (Sekaran et al., 2013, p.14).

- A. **Bedrijfswetenschappelijk onderzoek**
B. Bedrijfskundig onderzoek

→ op conceptueel niveau kijken wnr service failure toch nog terug positief wordt, niet in specifiek bedrijf kijken

NAAR METHODOLOGIE

Kwantitatief versus kwalitatief
(numeriek versus niet-numeriek)

KWALITATIEF	KWANTITATIEF
Focus : Waarom?	Focus : Hoeveel, wat, wie?
Woorden	Cijfers
“subjectiever”	“objectiever”
hypothesevormend	Hypothesetoetsend
Zoekend	Verklarend
Weinig data	Veel data
Empathische onderzoeker	Toeschouwende onderzoeker
Individuele interpretatie van resultaten obv ervaring en invalshoek onderzoeker	Statistische analyse – min of meer onafhankelijke onderzoeker

1.4 De wetenschappelijke aanpak

1.4.1 Bouwstenen van de wetenschappelijke methode

Een onderzoek naar hoe de betrokkenheid van werknemers bij een organisatie verhoogd kan worden

Pas als deze acht voorwaarden voldaan zijn, mag men over wetenschap spreken :

1.	DOELGERICHT	‘purposiveness’	<i>Betrokkenheid verhogen</i>
2.	RIGOREUS	‘rigor’	<i>Goed nadenken over uitvoering (wie ondervragen? In welke context?)</i>
3.	TESTBAAR	‘testability’	<i>Hoe betrokken zijn WNs nu?</i>
4.	REPLICEERBAAR	‘replicability’	
5.	PRECIES EN BETROUWBAAR	‘precision & confidence’	<i>Voldoende mensen ondervragen</i>
6.	OBJECTIEF	‘objectivity’	<i>Vooral kwantitatief</i>
7.	GENERALISEERBAAR	‘generalizability’	<i>Zodanig opstellen dat de bevonden resultaten ook in grotere groep gelden</i>
8.	EENVOUDIG	‘parsimony’	

1.4.2 Illustraties

Illustratie 1: Brexit

Behoud van Groot-Brittannië in EU op kop in peilingen

18-05-16, 15.57u - Ronit Ritzke

LEES LATER

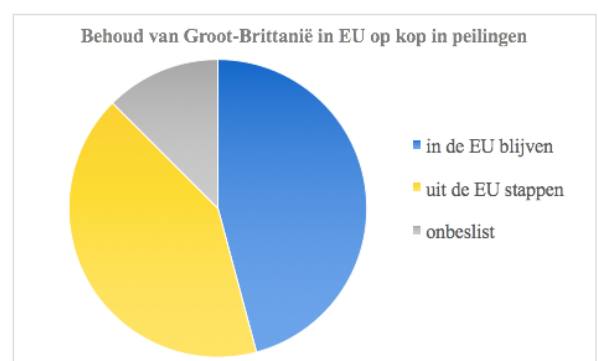


Vormelijk Londen burgemeester Boris Johnson, pleitbezorger van de Brexit. ©Getty Images

Een reeks peilingen waarvan de resultaten pas bekendgemaakt zijn, geven aan dat het behoud van het Verenigd Koninkrijk in de Europese Unie het zou halen in het referendum van 23 juni.

In vier van de vijf jongste peilingen ligt het behoud van het EU-lidmaatschap op kop. Volgens een poll van het instituut YouGov bijvoorbeeld, die vandaag in The Times verscheen, wil 44 procent in de EU blijven, terwijl 40 procent eruit wil stappen en 10 procent nog niet beslist heeft.

Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Email, Print, Share



Peiling wijst op 'Remain'-boost onder besliste kiezers

21-06-16, 11:20u · Bron: The Independent

LEES LATER

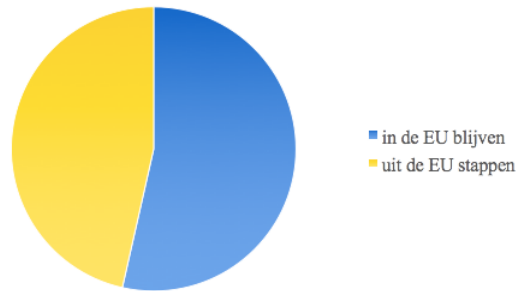


De campagne om binnen de EU te blijven heeft een boost gekregen onder de besliste kiezers, zo blijkt uit een peiling op twee dagen voor het referendum rond de Brexit.

De laatste peiling uitgevoerd in opdracht van de krant Daily Telegraph toont dat de 'Remain'-campagne (binnen de EU blijven) 53 procent van de besliste stemmers aantrekt, met 46 procent voor het 'Leave'-kamp (uit de EU stappen).



Peiling wijst op 'Remain' boost onder besliste kiezers



Peiling: "Voorstanders Brexit halen het nipt"

22-06-16, 19:31u · Redactie · Bron: Belg

LEES LATER

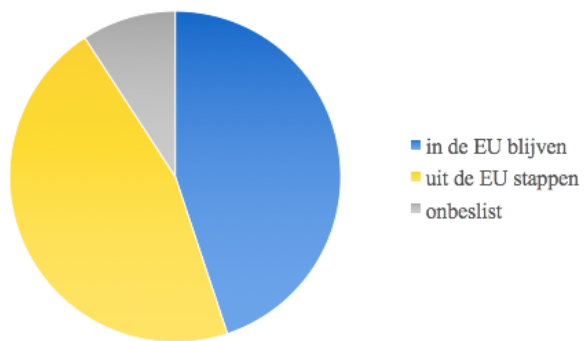


Een taxichauffeur met een Leave sticker in Londen. ©AFP

Volgens een peiling van Opinium, dinsdagavond afgedrukt door de krant The Independent, is 45 procent van de Britten voor het verlaten van de Europese Unie en wil 44 procent blijven.



Voorstanders Brexit halen het nipt



Enkel voor- en tegenstemmen, onbeslisten werden niet benoemd in opiniepeiling. Dus in welke mate kunnen we deze opiniepeiling wetenschappelijk bekijken?

1. **Doel** opiniepeilingen: wat zijn de beslissingen van de Britse kiezers? Conclusie is niet sluitend, maar nieuwswaarde staat centraal, dus is het doel correct?
2. **Methodologisch/rigoreus**: hoe zorgvuldig opgezet? Goedkope aanpak gekozen >> enkel Londen?? Is men zorgvuldig geweest in opstellen van bevraging? Hadden we de grootste kans om juist antwoord te hebben? (slaat ook op **precies en betrouwbaar**)

⇒ Men stelt zich dus vragen over de wetenschappelijkheid van dit onderzoek

Journalistieke kennis en onderzoek

- **Nieuwswaarde** staat centraal
- **Boodschap** staat voorop, weinig ruimte voor nuancering

Wetenschappelijk onderzoek

- Wetenschappelijke **degelijkheid** staat centraal
- Geeft gedetailleerde informatie en **nuanceert**

Illustratie 2: festivalbier bevat minder bier dan gewone pint



Wie deed er water bij het bier?

Op festivals krijgt u fluitjesbier voorgeschoteld. Het is een verhaal dat al jaren wordt verteld, en volgens een test in het Eén-programma Volt nog zou kloppen ook. Maar was die test wel waterdicht? 'Neen', zegt het hoofd van het labo waarmee Volt samenwerkte. 'Wat ze deden, was zeer bedenkelijk.'

Het bier dat u op festivals krijgt, wordt aangelengd met water. Dat was de opmerkelijke, maar ondertussen wel fel gecontesteerde conclusie van een onderzoek van het Eén-programma Volt. **Met de methode van het onderzoek leek op het eerste gezicht nochtans niets mis.** Reporters hadden de afgelopen maanden **stalen verzameld** op enkele grote festivals, om die vervolgens te laten **onderzoeken door een gespecialiseerd labo van de KU Leuven**. Daar kwam aan het licht dat vijf van de tien geteste pilsjes soms tot 25 procent minder alcohol bevatten dan gebruikelijk. Conclusie? Onderzoeker Brecht De Causmaecker liet er voor de camera **weinig twijfel** over bestaan. "Hier wordt de consument eigenlijk misleid." Waarna hij er nog aan toevoegde dat het bier "**vermoedelijk**" was aangelengd met water.

Eigen test

Weinig tegen in te brengen, leek het, maar daar werd bij de in opspraak gebrachte brouwerijen (AB InBev en Alken-Maes) toch net iets anders overgedacht. **Zo moeten we ons volgens beide bierbrouwers ernstige vragen stellen bij de wetenschappelijkheid van het Volt-onderzoek.** AB InBev verwijst in dat verband naar een test die het vorige maandag zelf liet uitvoeren. Woordvoester Karen Couck: "Toen we vernamen dat Volt het afgelopen weekend op het muziekfestival Laundry Day was komen testen, hebben we meteen stalen laten nemen van bier dat afkomstig was uit tankers die van dat festival kwamen. **De stalen hebben we onder toezicht van een deurwaarder naar drie onafhankelijke labo's gestuurd, waaronder dat van de KU Leuven.**" Het resultaat? Drie keer werd de normale 5,2 procent gemeten, oftewel 1,3 procent meer dan in de meting door Volt. Op zoek naar een verklaring voor dat verschil wijst professor Guido Aerts, hoofd van het labo waar ook Volt zijn tests liet uitvoeren, met de **beschuldigende vinger naar de programmamakers. "De fout is bij hun staalafname gebeurd"**, zegt hij. "Op een of andere manier was het bier dat ons labo bereikte vermengd geraakt met water. Hoe dat is kunnen gebeuren weet ik niet. Het is een zeer merkwaardige zaak, waaruit je echter in geen geval kan besluiten dat de brouwers hun bier met water hebben vermengd. Dat is echt een brug te ver."

Brouwers doen zelf test onder oog van gerechtsdeurwaarder en bekomen conclusies tegenovergesteld van VOLT >> Welk onderzoek is juist? Ze zijn beiden wetenschappelijk..

Dat die conclusie in de eerste plaats door zijn collega-onderzoeker Brecht De Causmaecker werd getrokken, noemt professor Aerts een ernstige fout. "Ik ga hem daar ook voor terechtwijzen", zegt Aerts. "Maar de makers van Volt gaan zeker niet vrijuit. Enkele dagen voor de uitzending heb ik met hen contact opgenomen. **Ik heb hen gezegd dat de conclusies niet wetenschappelijk te funderen waren**, en hen gevraagd om ons aandeel uit het programma te schrappen. Helaas wilden ze daar niet op ingaan." Dat Volt de reportage alsnog uitzond, noemt Aerts "zeer bedenkelijk". "Ik neem hen dit kwalijk, ja, niet het minst omdat presentator Kobe Ilsen aan het eind van de reportage suggereerde dat wij een halfuurtje voor de uitzending plots aan het twijfelen zijn geslagen. Dat is een bewuste leugen. Ik heb de programmamakers ten laatste een anderhalve dag voor de uitzending mijn bezwaren overgemaakt." Aerts neemt zich voor de bewuste reportage nog eens aandachtig te bekijken. "Daarna ga ik onderzoeken welke stappen we kunnen zetten."

2 onderzoeken maar zelfde vraag met andere uitkomst

Probleem met **repliceerbaarheid** en **rigor** (Hoeveel stalen zijn er afgenomen? Wanneer? Hoe?)

'Niets te verwijten'

In een telefonische reactie verklaarde presentator Kobe Ilsen gisteren dat hij nog altijd achter de reportage staat. "Er valt mij en mijn redactie ook niets te verwijten. Het gesprek met onderzoeker Brecht De Causmaecker is een dag voor de uitzending opgenomen. Er was geen vuiltje aan de lucht. Pas een paar uur voor de uitzending heeft professor Aerts met onze redactie gebeld. Vreemd genoeg was die plots aan het twijfelen

geslagen. Dat heb ik aan het eind van de reportage ook met zoveel woorden verteld. **“Voor de rest vind ik het bijzonder vreemd dat het labo dat ons wetenschappelijk heeft begeleid, ons nu een gebrek aan wetenschappelijkheid verwijt.”** Een vraag, misschien wel de belangrijkste, blijft intussen onbeantwoord. Wie heeft er water gedaan in dat door Volt geteste bier. Kobe Ilsen zelf, misschien? “Nee”, zegt de AB InBev-woordvoerder. “Dat kan ik niet geloven. De brouwers? Nee, natuurlijk niet. Stél dat we dat zouden doen. Dan zouden we toch zo door de mand vallen? Bier dat voor 25 procent is aangelengd met water. Eén festivalganger zou het misschien niet merken, maar die 50.000 anderen? Ik denk dat er maar een **mogelijk antwoord** is. De **mensen van Volt hebben een fout gemaakt bij de staalafname**. Ik zie geen andere verklaring.”

Uitspraken over sociale werkelijkheid volgens methodologische spelregels

- Strikte regels en richtlijnen om kwaliteit te waarborgen
- Onafhankelijk van onderzoeker
- Doel: geldige en betrouwbare kennis

Het is belangrijk dat we..

..uitspraken van anderen kunnen beoordelen

- Zowel in pers als in academische outlets
- Veronderstelt openheid/transparantie: hoe kwam de onderzoeker tot die conclusies?
- = belangrijk kenmerk wetenschap: enkel als we het ‘hoe’ weten, kunnen we iemands uitspraken evalueren

..vaardigheden ontwikkelen om zelf tot wetenschappelijk verantwoorde uitspraken te komen over sociale werkelijkheid

1.4.3 De wetenschappelijke onderzoekscyclus (ruimer dan wetenschappelijk onderzoeksproject)

Opwarming van de aarde

- Klimaatverandering en de opwarming van de aarde zijn een belangrijk probleem dat dient aangepakt te worden?

An inconvenient truth

- Documentaire (2006, Al Gore)
- Wetenschappelijk materiaal dat aantoont dat de aarde opwarmt en dat de mens hier een grote rol in speelt:
 - door toenemende uitstoot van CO₂ neemt de gemiddelde temperatuur op aarde toe en zal de zeespiegel stijgen.

CO₂-uitstoot loopt gelijk met temperatuur.

We zouden kunnen concluderen dat het dus wetenschappelijk bewezen is.

The great global warming swindle

- Documentaire (2007)
- Wetenschappelijk materiaal dat kritische kanttekeningen plaatst bij de opwarming van de aarde en de rol van de mens hierin:
 - Opwarming van de aarde doet CO₂ toenemen
 - Vooral activiteit van de zon zorgt voor toename CO₂

Vooral de zon heeft invloed op de CO₂-uitstoot, niet de mens.

Beide visies bedienen zich van wetenschappelijk bewijsmateriaal en gerenommeerde experts

Realiteit = complex

Geen garantie dat wetenschappelijke uitspraken ‘waar’ zijn.

Diametraal tegenovergestelde conclusies

- Zon?
- CO₂ uit vulkanen?
- CO₂ uitstoot door mens?

Tegensprekelijk debat = motor wetenschap

HIER: tegelijk zwakte

Wetenschappelijk onderzoek

kadert in een **bepaalde theorie** over hoe het bestudeerde deel van de **realiteit** in elkaar zit. Het is gebaseerd op een model, een logische structuur van samenhang tussen een aantal factoren die geacht worden een (vereenvoudigde) voorstelling van de realiteit te zijn

Theorie

het geheel van samenhangende uitspraken die bepaalde fenomenen beschrijven en verklaren

- Wat-, hoe- en waarom-vragen
- Voorspellen?

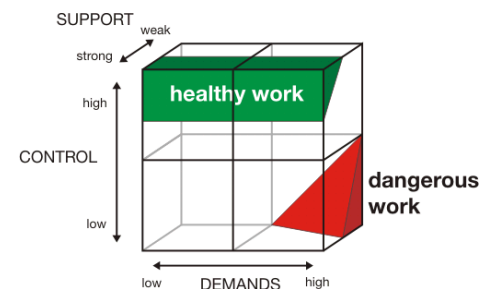
(1) Consistent geheel van relaties tussen concepten

(= label om waarneembare fenomenen te categoriseren)

- Jobkenmerken: werkdruk, controle/autonomie, steun
- Mentale gezondheid: stress, depressie, absentisme

(2) Empirisch toetsbaar

Volvo: "affective team climate: a multi-level analysis of psychosocial working conditions and psychological distress in team workers"



Empirie

ervaren van de wereld rondom ons door observatie

Deductie

theorie → empirie

Van het algemene naar het bijzondere

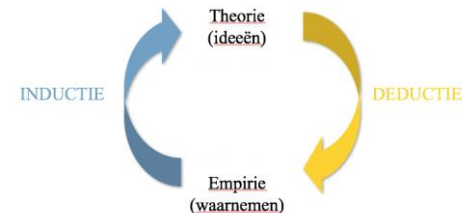
→ hypothesen

Bv. *alle zwanen zijn wit tot je een zwarte tegenkomt*

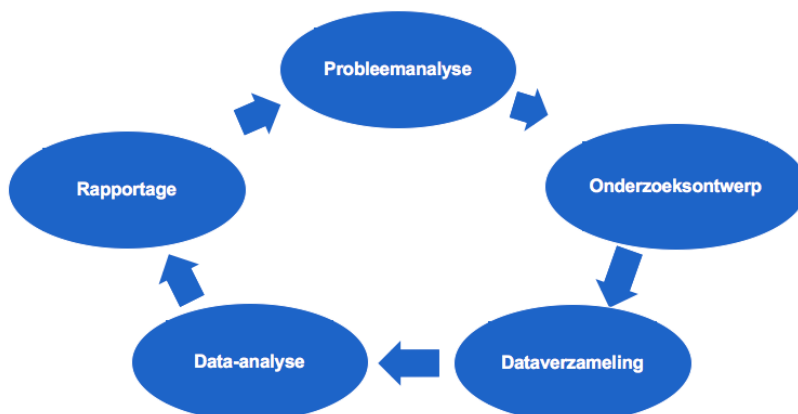
Inductie

empirie → theorie

van het bijzondere naar het algemene
theorieopbouw



1.4.4 Fasen in een wetenschappelijk onderzoekstraject



2 Probleemanalyse

2.1 Identificatie van een probleem

Bedrijfsonderzoek

verwijst naar een **systematische en georganiseerde** inspanning om een **specifiek** probleem dat zich voordoet in een **werkomgeving** te onderzoeken en op te lossen

- I. Een onderzoek start steeds vanuit een bepaalde vraag of een bepaald '**probleem**' waarmee de onderzoeker geconfronteerd wordt
De reden waarom die ene vraag of dat ene probleem zich opdringt kan veel oorzaken hebben:
 - Intellectuele redenen
 - Praktische redenen
 - Persoonlijke redenen

Voorbeelden van problemen:

- Lange en frequente vertragingen leiden tot frustratie bij vliegtuigpassagiers. Dit kan er voor zorgen dat men gaat switchen, negatieve WOM gaat verspreiden, en/of gaat klagen bij de vliegtuigmaatschappij.
- Het personeelsverloop ligt hoger dan verwacht.
- Het instrument dat momenteel gebruikt wordt bij de beoordeling van kandidaten voor een managementspositie is ontoereikend.
- Leden van een minderheidsgroep slagen er niet in om verder op te klimmen binnen een organisatie.
- Het nieuwe informatiesysteem wordt niet gebruikt door de managers voor wie het eigenlijk initieel bedoeld was.
- Het introduceren van flexibele werkuren heeft meer problemen gecreëerd dan het opgelost heeft.
- Jonge personeelsleden vertonen een lage betrokkenheid bij de organisatie.

- II. het geïdentificeerde probleem wordt vertaald in een **onderzoeksonderwerp** dat bestudeerd kan worden.
! een onderzoeksonderwerp is concreter en specifiekere dan een 'probleem'

PROBLEEM: vaak te brede (of te enge formulering van een onderzoeksonderwerp)

Voorbeelden van foutieve formulering van een onderzoeksonderwerp:

- "Volgens mij hebben we meer verkopers nodig. Ik wil in een onderzoek nagaan of ik gelijk heb. Mijn mensen werken twaalf uur per dan en dan nog blijft de helft van de aanvragen liggen."
- "Je zou voor ons eens moeten uitzoeken met wie we zaken kunnen doen in de landen waar we nog nergens staan."

- III. Het **academisch perspectief** van waaruit het onderwerp bestudeerd zal worden, wordt geselecteerd. Dit zorgt ervoor dat er reeds veel bestaande inzichten zijn waarop we ons kunnen baseren om het probleem op te lossen.

Voorbeeld identificatie van een probleem:

- Probleem: lange en frequente vertragingen leiden tot frustratie bij vliegtuigpassagiers. Dit kan er voor zorgen dat men gaat switchen, negatieve WOM gaat verspreiden, en/of gaat klagen bij de vliegtuigmaatschappij
 - Marketing literatuur ivm klantenpercepties van service:
 - Relevante definities van klantentevredenheid en kwaliteit van service en hoe deze twee begrippen gelinkt zijn
 - Een overzicht van de effecten van kwaliteit van service en klantentevredenheid op consumentengedrag
 - Een overzicht van bestaande strategieën die kunnen helpen bij het managen van service percepties

2.2 Initiële informatieverzameling

- I. Achtergrondinformatie over de organisatie en contextuele elementen.
 - ☞ De oorsprong en geschiedenis van een bedrijf
 - ☞ Grootte; in termen van personeel of activa
 - ☞ Missie, visie
 - ☞ Locatie; regionaal, nationaal, of ...
 - ☞ Kapitaal – menselijk en ander
 - ☞ Afhankelijkheidsrelaties met andere instellingen of de externe omgeving
 - ☞ Financiële gegevens mbt de laatste 5 tot 10 jaar
 - ☞ Informatie ivm structurele factoren
(de verschillende functies in een organisatie en de hoeveelheid werknemers op elk niveau, communicatiekanalen, controle systemen, workflow systemen)
 - ☞ Management filosofie

→ Vaak is er veel info terug te vinden in secundaire databronnen (bronnen die al bestaan)
- II. Literatuur die beschikbaar en relevant is voor het onderzoeksproject.
 - ☞ Maak een kritisch overzicht van de bestaande literatuur
 - ☞ Wat zijn de belangrijkste begrippen, modellen, conceptuele kaders, benaderingswijzen, enz.
 - ☞ Positioneer je onderzoek ten opzichte van bestaand onderzoek. Bouw verder op wat reeds gekend is
 - ☞ Op deze manier kan je een duidelijke probleemstelling formuleren

Doorgaans zijn het uitvoeren van een gedegen literatuuronderzoek en het verfijnen van de probleemstelling alternerende fases.

2.3 Probleemstelling

- I. DOELSTELLING(EN) VAN HET ONDERZOEK
(je kan niet starten alleer je weet welk doel je wilt bereiken)
Zie: les 1 – wetenschappelijk onderzoek is doelgericht
 - ☞ Het waarom van het onderzoek
 - ☞ Bij bedrijfswetenschappelijk onderzoek is dit vooral gericht op een theoretische bijdrage
 - ☞ Bij bedrijfskundig onderzoek is dit eerder gericht op het oplossen van een specifiek probleem ervaren in de werkcontext
- II. ONDERZOEKSVRA(A)G(EN)
 - ☞ Specificatie van wat je precies wil weten over het onderwerp
 - ☞ Vormen een leidraad bij het zoeken naar en structureren van relevante literatuur

Voorbeeld probleemstelling:

Clicks as a Healthy Alternative to Bricks: How Online Grocery Shopping Reduces Vice Purchases

Imagine a consumer who decides to order groceries from an online store instead of visiting a traditional, brick-and-mortar grocery store to purchase the items. Does this shopper buy different products online versus offline? Specifically, do vices—tempting products that typically render short-term benefits (e.g., tastiness) but have fewer long-term benefits (e.g., healthiness; Khan and Dhar 2007; Wertenbroch 1998)—make up relatively more or less of a consumer's shopping basket when he or she orders online rather than buying offline? Despite the theoretical, societal, and practical relevance of such questions, no research to date has addressed them.

The relevance of these questions is particularly clear when we consider the alarming obesity rates worldwide (e.g., over 50% of U.S. adults are overweight or obese; Ogden et al. 2014; World Health Organization 2014). Prior research has demonstrated that shelf arrangements (Van Kleef, Otten, and Van Trijp 2012), assortment size (Sela, Berger, and Liu 2009), and choice set compositions (i.e., healthy and unhealthy options presented in a unified vs. separate choice set; Fishbach and Zhang 2008) exert significant impacts on consumers' decisions to purchase vices. These previous studies thus note different product presentations within a single retail channel but ignore the question of whether different retail channels affect consumers' choices, that is, between-channel differences. Yet product presentations online versus offline differ fundamentally, such that they likely have differential impacts on purchase behavior. In addition, online grocery shopping is becoming increasingly common—in one 2012 survey, consumers expressed 44% higher intentions to shop online for food and beverages compared with the 2010 rates (Nielsen 2012)—which suggests great urgency in the pursuit of a better understanding of the potential impact of this channel, as well as the substantial potential relevance of findings in this realm.

We argue that consumers' shopping baskets contain relatively fewer vices when they shop online, versus offline, because of the inherent difference in the products' presentation: an online store presents products symbolically, using pictures, whereas offline stores present them physically. This symbolic product presentation induces sensory distance, which decreases the products' vividness and renders immediate gratification less important (Hoch and Loewenstein 1991; Loewenstein 1996; Mischel and Ebbesen 1970; Shiv and Fedorikhin 1999, 2002). Because consumers experience less gratification from symbolic, less vivid product presentations, they may purchase relatively fewer vices in an online shopping environment than in an offline grocery store.

Onderzoeksvraag

Waarom? Theoretische bijdrage dat het onderzoek gaat leveren

Checklist van een goede probleemstelling:

Biedt een antwoord op zowel de 'waarom' en de 'wat' vraag

❖ Relevant

Managers' perspectief:

- probleem dat zich voordoet in een organisatie
- 'iets' waarvan een manager denkt dat het verbeterd kan worden

Academisch perspectief:

- er is nog niets over het onderwerp geweten maar, als nog niemand het probleem onderzocht heeft kan dit ook een indicatie zijn dat het niet relevant is. Afwezigheid van kennis op zich is geen voldoende motivatie voor onderzoek!
- er is al veel geweten, maar de kennis is verspreid en niet geïntegreerd
- er is al veel geweten, maar de resultaten zijn (deels) tegenstrijdig
- gevestigde verbanden houden geen stand in bepaalde situaties

❖ Haalbaar

Kan je de onderzoeksvraag(en) beantwoorden binnen de beperkingen van onderzoeksproject?

Bv. tijd, geld, beschikbaarheid van participanten, expertise van de onderzoeker

→ probleemstelling moet specifiek genoeg zijn om haalbaar te zijn

Bv. 'Hoe gedragen consumenten zich?' is een te brede onderzoeksvraag

❖ Interessant

Oprechte interesse in het onderwerp is van belang om gemotiveerd te blijven

MAAR: nieuwsgierigheid alleen is geen voldoende motivatie om een onderzoek op te starten

	Probleem 1	Probleem 2
Onderzoeksprobleem/-doelstelling	de winst moet stijgen met 10% in de volgende 12 maanden	De negatieve stress op de werkvloer moet het komende jaar met min. 50% verminderen
Onderzoeksvraag (gegevensverzamelingsproject)	Hoe kunnen we onze omzet verhogen?	Hoe hoog ligt het huidige stressniveau en welke factoren dragen hier positief/negatief toe bij?
Specifieke onderzoeksvragen (impliciete hypothesen)	Meer nieuwe klanten aantrekken? Bestaande klanten meer laten kopen? Meer klantentrouw genereren?	Wat zijn de indicatoren van stress? Door welke interne/externe factoren wordt stress beïnvloedt?
Meetvragen		Hoe gaan we stress meten in het bedrijf?

Probleemstelling vs. literatuurstudie

- Probleemstelling: eerst probleemstelling, dan literatuuronderzoek
- Literatuuronderzoek: eerst literatuuronderzoek, dan probleemstelling

Middenpositie: wisselwerking, van ruw idee via literatuuronderzoek naar scherpere probleemstelling

2.4 Literatuurstudie

Literatuurstudie heeft betrekking op het verzamelen, selecteren & verwerken van de **beschikbare literatuur** (zowel gepubliceerd als ongepubliceerd) over een onderzoeksprobleem, waarin meer informatie, ideeën, data en empirisch bewijs worden weergegeven.

Geeft een overzicht van de literatuur die betrekking heeft op een specifiek onderzoeksprobleem en omvat **relevante bevindingen**, methodologische issues en stelt de conclusies van voorgaand en recent onderzoek voor (en gaat in op eventuele inconsistenties)

WAAROM

- Het onderzoek krijgt zijn plaats binnen het reeds bestaande geheel van kennis en bouwt hierop verder
- Men vermijdt het risico 'het wiel opnieuw uit te vinden'. Door eerst na te gaan wat er al geweten is, vermijdt men dat men zich richt op herontdekking.
- Het maken van een literatuurstudie stelt je in staat een onderzoeksprobleem te benaderen vanuit een bepaalde invalshoek en helpt je gedachtengang vorm te geven
- Het geeft een beter beeld van welke variabelen belangrijk zijn om mee te nemen in je onderzoek, waarom ze belangrijk zijn en op welke wijze ermee rekening gehouden moet worden in onderzoek.
- Het stelt de onderzoeker in staat relevante terminologie te introduceren en richtinggevende definities van belangrijke concepten mee te geven.
- Het stelt de onderzoeker in staat de relaties tussen concepten in een conceptueel model te beargumenteren.
- Testbaarheid en repliceerbaarheid van het huidige onderzoek worden vergemakkelijkt.
- De onderzoeksbevindingen kunnen in verband gebracht worden met de bevindingen van anderen.

Soorten bronnen

- ❖ Handboeken : vertrekpunt, belangrijkste bevindingen (tamelijk oppervlakkig)
- ❖ Artikels: met of zonder peer review of populaire pers (meer diepgang)
- ❖ Rapporten, congresverslagen, reviews, internet
- ❖ Academische tijdschriften

Impact factor een maat om het relatieve aanzien (het belang) van een wetenschappelijk tijdschrift aan te geven. Hoe vaker de artikelen uit een bepaald wetenschappelijk tijdschrift in andere tijdschriften worden **geciteerd**, des te hoger de impactfactor.

$$= \frac{\text{\# keer dat een artikel van dat tijdschrift uit 2015 of 2016 geciteerd werd}}{\text{het totaal \# artikels gepubliceerd in dat tijdschrift in 2015 of 2016}}$$

Zoekstrategieën

I. BEPALEN VAN SLEUTELBEGRIPPEN EN ZOEKTERMEN

Begin met sleutelbegrippen uit de probleemstelling

+ hou rekening met: synoniemen

enkelvoud en meervoud

spellingvarianten

afkortingen

bredere, engere en gerelateerde trefwoorden

Bv. bredere term: bier

engere term: abdijbier

gerelateerde term: alcohol

II. BOOLEAANSE OPERATOREN

AND aantal treffers verkleinen bv. verkiezingen AND Nederland

OR aantal treffers vergroten bv. "eerste kamer" OR senaat

NOT term uitsluiten *bv. virus NOT computer*

III. WILDCARDS EN TRUNCATIE

* ≥ 0 karakters

bv. *carbon* – hydrocarbon, polycarbonate

\$ 0,1 karakter

bv. coloŝr – color, colour

? 1 karakter

bv. en?oblast – entoblast, endoblast

IV. NABIJHEIDSOPERATOREN

Exacte vraag opzoeken “..”	Bv. “stamcel”
Near/x	de zoektermen links en rechts van de nabijheidsoperator moeten binnen een welbepaalde afstand van elkaar voorkomen (x woorden ertussen) bv. hond NEAR/3 virus
Same	Alleen gebruiken in het adressenveld. Term moet in hetzelfde adres voorkomen Bv. yale SAME hosp

V. ZOEKVELDEN

Onderwerp	Zoekt alle woorden in een artikel titel, abstracten, de sleutelwoorden van de auteur,..
Auteur	Zoekt alle beschikbare auteur op de paper
Auteur identificeren	Zoekt de onderzoekers ID nummers geassocieerd met auteurprofielen
Groepsauteur	Groepen of organisaties gecrediteerd met auteurschap
Publicatienaam	Jaartal
Publicatiejaar	Jaar waarin artikel gepubliceerd werd
Adres	Zoekt afgekorte auteursaffiliaties

VI. SNEEUWBALMETHODE VS. CITATIEZOEKEN

We hebben de review 'Employee recruitment: Current knowledge and important areas for future research' van J.A. Breaugh gelezen. Deze review verscheen in 'Human Resource Management Review'. We willen graag weten hoe belangrijk en kwaliteitsvol dit tijdschrift is.

Ga op zoek naar de Impact Factor van dit tijdschrift. Hoeveel bedraagt die?

Hoeveel keer werden artikels uit dit tijdschrift geciteerd door anderen?

In de review 'Employee recruitment...' staat op p.111 een alinea over 'recruiter demographics': "In contrast to the sizable number of studies that have examined the effects of a recruiter's behavior, relatively few studies have examined whether recruiter demographics were linked to job applicant reactions. For the most part, results of these studies have been inconsistent. Rynes & Cable (2003) summed up past research in this area as having found 'weak, conflicting, or non-existent effects of gender or race on overall applicant impressions.'"

In het bovenstaande citaat uit de review wordt naar een publicatie verwezen waarin u een overzicht van studies over dit onderwerp krijgt. Is deze publicatie te vinden in een bibliotheek van de UGent? Zoek via lib.ugent.be. Opgelet: Rynes en Cable zijn niet de auteurs van de publicatie die u zoekt, maar ze hebben voor het boek enkel een bijdrage geschreven (zie de referenties bij de review).

Ja/nee

In welke faculteitsbibliotheek?

Wanneer heb je voldoende bronnen verzameld?

"Je moet al het goede bronnenmateriaal verzamelen dat relevant is voor je onderzoeksvraag"

Verwijzen naar bronnen

- noodzakelijk in het kader van 'de wetenschappelijke aanpak'
- plagiaat vermijden

Het is erg belangrijk dat je..

- naar alle bronnen waarvan je gebruik maakte, refereert
- correct refereert
 - Maak een duidelijk onderscheid tussen wat je gelezen (en overgenomen) hebt en wat jouw eigen ideeën/veronderstellingen zijn
- altijd naar de oorspronkelijke bron refereren!!
 - Deze altijd eerst raadplegen
- Consistent dezelfde stijl hanteren
 - APA stijl (manier van verwijzen naar een bron)

TIPS

- Bekijk/bestudeer wetenschappelijke artikels
- Gebruik Google Scholar (voor de referentielijst)

Plagiaat het **overnemen** van ideeën van anderen zonder bronnen te vermelden. Dit geldt ook wanneer je fragmenten van een tekst, enkele zinnen of een zin overneemt/parafraseert. Geldt ook voor figuren, modellen,...

Citeren indien je (bijna) **letterlijk** een stuk tekst (of enkele zinnen/een zin) wil overnemen, dit kan mits:

- Het plaatsen van aanhalingstekens
- Bronvermelding (in de zin zelf of achteraan de zin tussen haakjes + vermelding paginanummer)

Parafraseren wanneer je in je eigen woorden een stuk tekst **omschrijft of samenvat** (ook dan dien je de bron te vermelden)

2.5 Theoretisch kader

Gebruiken van bronnen

Theoretisch kader weergeven hoe bepaalde fenomenen (variabelen of concepten) volgens jou aan elkaar gelinkt zijn (model) en legt uit waarom deze variabelen met elkaar geassocieerd zouden zijn (theorie)

- ☞ Definities van concepten en variabelen in het model meegeven
- ☞ Beschrijven van het conceptueel model en de onderliggende theorie

Soorten variabelen

- Afhankelijke variabele
- Onafhankelijke variabele (de voorspeller)
- Moderator
- Mediator

List & label the variables in this situation:

1.

Failure to follow accounting principles causes immense confusion, which in turn creates a number of problems for the organization. Those with vast experience in bookkeeping, however, are able to avert the problems by taking timely corrective action.

2.

The manager of Haines Company observes that the morale of employees in her company is low. She thinks that if their working conditions are improved, pay scales raised, and the vacation benefits made attractive, the morale will be boosted. She doubts, however, if an increase in pay scales would raise the morale of all employees. Her conjecture is that those who have supplemental incomes will just not be "turned on" by higher pay, and only those without side incomes will be happy with increased pay, with a resultant boost in morale.

3 Academisch schrijven

3.1 Lees je in

Hoe maak je een literatuurlijst op?

- Gebruik een databank
- Gebruik de referentielijst van een goed artikel
- Houd je bronnen bij en refereer correct
 - Zie Athena: endnote & referencemanager
 - Kijk naar de datum, neem geen te oude bronnen

Hoe begin je er aan?

- Persoonlijke aanpak
- Suggesties
 - Schrijf kernwoorden op een blad
 - Maak verbinding met pijlen
 - Rangschik kernwoorden
 - Begin korte stukken tekst te schrijven
 - Gebruik de spellingscontrole
- Denk na over het WAAROM van je onderzoek
 - Zeg niet 'enorm interessant', maar vind een goeie reden

Probleemstelling

- Wat is er bekend? (aanleiding/context)
- Wat wil ik bestuderen? Waarom? Relevantie op wetenschappelijk vlak?
 - Welke actoren?
 - Welke acties?
 - Welke effecten?

3.2 Structureer

- Gebruik alinea's, en zorg ervoor dat je zinnen goed aan elkaar hangen
- 'zware taal': niet te moeilijke zinnen gebruiken
- foute woordkeuze: woorden net wel/niet aan elkaar schrijven, verandert de betekenis

Alinea bevat één centraal idee of een duidelijk afgebakend facet van het centrale thema van een tekst. Het centrale idee staat het best in de eerste of laatste zin in de alinea.

Verbindende of structurerende alinea

Waar in het vorige hoofdstuk de randvoorwaarden voor data-analyse aan bod kwamen, wordt nu de analyse zelf behandeld. Dit hoofdstuk bespreekt hierbij de principes en instructies die nodig zijn bij het sturen en organiseren van analyses. Vervolgens wordt er dieper ingegaan op de verschillende analysemethodes.

Inhoudelijke alinea

Het mbx-systeem is geen lineaire en eenmalige procedure maar eerder een aanpak die constant bijgesteld en verfijnd dient te worden via een cyclische benadering. De introductie van mbx vraagt dus een substantiële krachtsinspanning van de medewerkers.

1 zin = 1 idee !

- Signaal- en structuurwoorden zorgen voor samenhang in jouw tekst
Bv. echter, evenwel, evenmin, immers, met name, namelijk, dus, bijgevolg,..

3.3 Argumenteer

Je moet kunnen uitleggen waarom je een bepaalde conclusie trekt

3.4 Formuleer correct

Academische stijl

- Bevat vaktaal: zie je in de les (leerstof)
- Neutraal (~~ik, we~~) en objectief
- Concreet en helder: schrijf specifiek (verstaanbaar)
- Stilistisch aantrekkelijk
 - In de laatste alinea zeg je de strategie van je onderzoek

ENGELSE WOORDEN: SCHUIN, NIET TUSSEN HAAKJES!!

3.5 Plagieer niet

Letterlijk de zin overnemen mag niet! → dit is een citaat: “ ... ”

Parafraseer zo veel mogelijk, citeren doe je enkel als het een meerwaarde is

Algemene kennis is geen plagiaat

4 Onderzoeksontwerp

4.1 Wat is kwalitatief onderzoek?

Hoe kunnen we kwalitatief onderzoek definiëren?

- Het aantal definities van kwalitatief onderzoek is eindeloos
 - Daarom definiëren we kwalitatief onderzoek a.d.h.v. de kenmerken die vaak in kwalitatief onderzoek aanwezig zijn (maar niet noodzakelijk (allemaal))

De eigen aard (interpretatief – naturalistisch – interactief) van kwalitatief onderzoek is terug te vinden op het domein van:

- De probleemstelling
- Het onderzoeksdesign
- De dataverzamelmethode
- De analyse
- De rapportering

De probleemstelling

(als we nog niet echt weten wat we nodig hebben → kwalitatief onderzoek. Als we al een inzicht hebben, zijn beide inzichten goed, maar meestal is enkel een kwantitatief niet goed genoeg)

Vraagstelling gaat over **complexe thema's** of betreffen **sociale processen** en bijvoorbeeld niet de frequentie van welbepaalde fenomenen

CENTRAAL de **dagelijkse werkelijkheid van de onderzochten**

- **Emic-perspectief:** qchema's bij de onderzochten zelf zoeken
~ inductieve fase in de onderzoekscyclus
- **Etic-perspectief** de onderzoeker die, door literatuurstudie en voorgaande resultaten, met een vooraf bepaald schema (bv. een gesloten vragenlijst) zijn studieobject tegemoet trekt
~ deductieve fase in de onderzoekscyclus

Wat maakt een onderzoeksvraag dan geschikt voor kwalitatief onderzoek?

- Kan niet of moeilijk met traditionele kwantitatieve methoden beantwoord worden
- Vereist inzicht over aspecten voorbij het bewuste, voorbij hetgeen waarover gemakkelijk gepraat wordt
- Vereist diepgaand begrip van achterliggende processen
- Noodzaakt een holistisch begrip (context is integraal deel van onderzoek)
- Vergt kennisextractie bij experts
- Betreft het in kaart brengen van fenomenen die gebeuren in sociale interactie

Het onderzoeksdesign

- Is **flexibel**
- Gericht op studie in een **natuurlijke omgeving**
- Gericht op een **"holistisch"** begripen van de context

De dataverzamelmethode

- Er is een **uitgebreid gamma** aan dataverzamelmethoden ter beschikking
- Er wordt **vaak** een beroep gedaan op **meerdere** methoden in één onderzoek
- Het gebruik van methoden is **flexibel**
- De dataverzameling impliceert vaak een **intens en/of langdurig contact met het veld**

De analyse

(kwalitatief: is gebaseerd op teksten, niet op cijfers)

- De analyse gebeurt (eerder) op basis van **teksten** dan op basis van cijfers
- Het doel van de analyse is **betekenis achterhalen**
- Het doel van de analyse is **in de diepte te begrijpen** en niet representatief te beschrijven

De rapportering

- De **onderzochten** worden soms **betrokken** bij (de lezing van) de resultaten
- De rapportering probeert de **context** van het geheel **weer te geven**
- De **invloed van de onderzoeker** op zijn onderzoeksopzet wordt **expliciet in rekening genomen**

4.2 Het onderzoeksontwerp

4.2.1 Doel van het onderzoek

Exploratief onderzoek

Tot nu toe is er nog weinig inzicht of kennis. Emic : indicatief kwalitatief onderzoek.

- Komen tot inzichten op een domein waar **tot nu toe weinig over geweten** is
- Vaak in combinatie met verklarend, beschrijvend en/of emancipatorisch onderzoek
 - Perceptie van kwalitatief onderzoek als een typische vooronderzoekstechniek
- Kwalitatief onderzoek is geschikt om explorerend te werken
 - Onderzoeksmethoden kunnen flexibel worden toegepast, wat maakt dat de onderzoeker sterk kan inspelen op nieuwe elementen die hij/zij tegenkomt in de loop van het onderzoek

"The manager of a multinational corporation is curious to know if the work ethic values of employees working in its subsidiary in Pennathur City are different from those of Americans. There is very little information about Pennathur (except that it is a small city in southern India), and since there is considerable controversy about what work ethic values mean to people in other cultures, the manager's curiosity can be satisfied only by an exploratory study, interviewing the employees in organizations in Pennathur. Religion, political, economic, and social conditions, upbringing, cultural values, and so on play a major role in how people view their work in different parts of the world. Here, since very little is known about work ethic values in India (or even whether it is a viable concept for study in that country, as per discussions in a later chapter), an exploratory study will have to be undertaken."

Beschrijvend onderzoek

Zaken ik kaart brengen kan kwalitatief of kwantitatief cijfers weergeven en een beschrijving geven (krant).

- Aanleveren van een gedetailleerde beschrijving van één of meerdere cases
 - Kwalitatief onderzoek gaat over het in de diepte begrijpen van processen van betekenisgeving
 - Het omstandig omschrijven van een case is één van de manieren om tot een dergelijk begrijpen te komen
- Zeker wanneer de case een uniek geval is, is een nauwkeurige wetenschappelijke beschrijving een belangrijke meerwaarde

“A bank manager wants to have a profile of the individuals who have loan payments outstanding for six months and more. The profile will include details of their average age, earnings, nature of occupation, full-time/part-time employment status, and the like. This might help him to elicit further information of decide right away on the types of individuals who should be made ineligible for loans in the future. A CEO may be interested in having a description of how companies in her industry have incorporated corporate social responsibility into the business strategy of the organization. Such information might allow comparison later of the performance levels of specific types of companies.”

Verklarend onderzoek

We gaan een verklaring y voor x vinden. Alle andere storende variabelen onder controle houden.

In onderzoek: verklarende variabele manipuleren om invloed te schatten.

- Ontdekken van **causale** verbanden in de betekenisgeving van personen
- Behoort doorgaans tot kwantitatief onderzoek
 - Zeldzaam in kwalitatief onderzoek omwille van de meestal beperkte omvang van de onderzoekspopulatie

“A marketing manager wants to know if the sales of the company will increase if he increases the advertising budget. Here, the manager would like to know the nature of the relationship that may be established between advertising and sales by testing the hypothesis: “If advertising is increased, then sales will also go up.”. A prevalent theory is that the diversity of the workforce increases organizational effectiveness. A manager wants to know if this relationship holds for her organization. A manager wants to test the hypothesis that stress experienced in the job negatively affects the job satisfaction of employees.”

(Emancipatorisch onderzoek)

- **Actieonderzoek**
- Naast kennis opdoen, ook samen met de onderzochten een sociaal probleem **aanpakken** of de betrokken instrumenten aanreiken om een probleem aan te pakken
 - De verantwoording voor dit soort onderzoek ligt niet alleen in de verworven theoretische kennis maar ook en vooral op emancipatorisch vlak.
 - Bijdrage leveren aan sociale actie

4.2.2 Onderzoekskeuzes

Onderzoeker interferentie

Interferentie vooral bij causaal/verklarend onderzoek

Graad van interferentie?

MINIMAL INTERFERENCE: **er gebeurt niet veel**

"A hospital administrator wants to examine the relationship between the perceived emotional support in the system and the stress experienced by the nursing staff. In other words, she wants to do a correlational study. Here, the administrator/researcher will collect data from the nurses (perhaps through a questionnaire) to indicate how much emotional support they get in the hospital and to what extent they experience stress. (We will learn in a later chapter how to measure these variables.) By correlating the two variables, the answer that is being sought can be found. In this case, beyond administering a questionnaire to the nurses, the researcher has not interfered with the normal activities in the hospital. In other words, researcher interference has been minimal."

MODERATE INTERFERENCE

"The same researcher is now no longer content with finding a correlation, but wants to firmly establish a causal connection. That is, the researcher wants to demonstrate that if the nurses had emotional support, this indeed would cause them to experience less stress. If this can be established, then the nurses' stress can definitely be reduced by offering them emotional support. To test the cause-and-effect relationship, the researcher will measure the stress currently experienced by the nurses in three wards in the hospital, and then deliberately manipulate the extent of emotional support given to the three groups of nurses in the three wards for, perhaps, a week, and measure the amount of stress at the end of that period. For one group, the researcher will ensure that a number of lab technicians and doctors help and comfort the nurses when they face stressful events – for example, when they care for patients suffering from excruciating pain and distress in the ward. Under a similar setup, for a second group of nurses in another ward, the researcher might arrange only a moderate amount of emotional support, employing only the lab technicians and excluding doctors. The third ward might operate without any emotional support. If the experimenter's theory is correct, then the reduction in the stress levels before and after the one-week period should be greatest for the nurses in the first ward, moderate for those in the second ward, and nil for the nurses in the third ward. Here we find that not only does the researcher collect data from nurses on their experienced stress at two different points in time, but she also "plays with" or manipulates the normal course of events by deliberately changing the amount of emotional support received by the nurses in two wards, while leaving things in the third ward unchanged. Here, the researcher has interfered more than minimally."

EXCESSIVE INTERFERENCE: **veel ingrepen, er worden dingen naar de hand van onderzoeker gezet**

"The above researcher, after conducting the previous experiments, feels that the results may or may not be valid since other external factors might have influenced the stress levels experienced by the nurses. For example, during that particular experimental week, the nurses in one or more wards may not have experienced high levels of stress because there were no serious illnesses or deaths in the ward. Hence, the emotional support received might not be related to the level of stress experienced. The researcher might now want to make sure that such extraneous factors as might affect the cause-and-effect relationship are controlled. So she might take three groups of medical students, put them in different rooms, and confront all of them with the same stressful task. For example, she might ask them to describe in the minutest detail, the procedures in performing surgery on a patient who has not responded to chemotherapy and keep bombarding them with more and more questions even as they respond. Although all are exposed to the same intensive questioning, one group might get help from a doctor who voluntarily offers clarification and help when students stumble. In the second group, a doctor might be nearby, but might offer clarification and help only if the group seeks it. In the third group, there is no doctor present and no help is available. In this case, not only is support manipulated, but even the setting in which this experiment is conducted is artificial inasmuch as the researcher has taken the subjects away from their normal environment and put them in a totally different setting. Here, the researcher has intervened maximally with the normal setting, the participants, and their duties. "

Setting

Artificiële setting	Naturalistische setting
Zelf omgeving ontwerpen (labo-experiment)	Omgeving zoals ze is (field experiment)
	

Analyse-eenheid

Waar willen we uitspraken over doen?

Bv. klantenkaart : elk winkelbezoek van elke klant → observatieniveau

Observatie-eenheid : wie we observeren

INDIVIDUALS AS THE UNIT OF ANALYSIS

“The CFO of a manufacturing company wants to know how many of the staff would be interested in attending a three-day seminar on making appropriate investment decisions. For this purpose, data will have to be collected from each individual staff member and the unit of analysis is the individual.”

DYADS AS THE UNIT OF ANALYSIS

“Having read about the benefits of mentoring, a human resources manager wants to first identify the number of employees in three departments of the organization who are in mentoring relationships, and then find out what the jointly perceived benefits (i.e., by both the mentor and the one mentored) of such a relationship are. Here, once the mentor and the mentored pairs are identified, their joint perceptions can be obtained by treating each pair as one unit. Hence, if the manager wants data from a sample of 10 pairs, he will have to deal with 20 individuals, a pair at a time. The information obtained from each pair will be a data point for subsequent analysis. Thus, the unit of analysis here is the dyad.”

GROUPS AS THE UNIT OF ANALYSIS

“A manager wants to see the patterns of usage of the newly installed information system (IS) by the production, sales, and operations personnel. Here, three groups of personnel are involved and information on the number of times the IS is used by each member in each of the three groups, as well as other relevant issues, will be collected and analyzed. The final results will indicate the mean usage of the system per day or month for each group. Here, the unit of analysis is the group.”

DIVISIONS AS THE UNIT OF ANALYSIS

“Procter & Gamble wants to see which of its various divisions (soap, paper, oil, etc.) have made profits of over 12% during the current year. Here, the profits of each of the divisions will be examined and the information aggregated across the various geographical units of the division. Hence, the unit of analysis will be the division, at which level the data will be aggregated.”

INDUSTRY AS THE UNIT OF ANALYSIS

"An employment survey specialist wants to see the proportion of the workforce employed by the health care, utilities, transportation, and manufacturing industries. In this case, the researcher has to aggregate the data relating to each of the subunits comprised in each of the industries and report the proportions of the workforce employed at the industry level. The health care industry, for instance, includes hospitals, nursing homes, mobile units, small and large clinics, and other health care providing facilities. The data from these subunits will have to be aggregated to see how many employees are employed by the health care industry. This will need to be done for each of the other industries."

COUNTRIES AS THE UNIT OF ANALYSIS

"The Chief Financial Officer (CFO) of a multinational corporation wants to know the profits made during the past five years by each of the subsidiaries in England, Germany, France, and Spain. It is possible that there are many regional offices of these subsidiaries in each of these countries. The profits of the various regional centers for each country have to be aggregated and the profits for each country for the past five years provided to the CFO. In other words, the data will now have to be aggregated at the country level. As can be easily seen, the data collection and sampling processes become more cumbersome at higher levels of units of analysis (industry, country) than at the lower levels (individuals and dyads), it is obvious that the unit of analysis has to be clearly identified as dictated by the research question. Sampling plan decisions will also be governed by the unit of analysis. For example, if I compare two cultures, for instance those of India and the United States -where my unit of analysis is the country - my sample size will be only two, despite the fact that I shall have to gather data from several hundred individuals from a variety of organizations in the different regions of each country, incurring huge costs. However, if my unit of analysis is individuals (as when studying the buying patterns of customers in the southern part of the United States), I may perhaps limit the collection of data to a representative sample of a hundred individuals in that region and conduct my study at a low cost!"

Tijdshorizon

Op 1 moment in de tijd, data verzamelen.

Bv. momentopname : maakt niet uit hoe lang looptijd van onderzoek (meestal paar weken)

jaarlijkse tevredenheidsenquête : op meerdere momenten data verzamelen om evolutie te bekijken.

CROSS-SECTIONEEL

"Data were collected from stock brokers between April and June of last year to study their concerns in a turbulent stock market. Data with respect to this particular research had not been collected before, nor will they be collected again for this research.

A drug company wanting to invest in research for a new obesity (reduction) pill conducted a survey among obese people to see how many of them would be interested in trying the new pill. This is a one-shot or cross-sectional study to assess the likely demand for the new product."

LONGITUDINAAL ONDERZOEK

"UPS experienced a shutdown for 15 days during the Teamsters' walkout and its clients shifted their business to other carriers such as FedEx and the US Postal Service. After the termination of the strike, UPS tried to woo its customers back through several strategies and collected data month after month to see what progress was being made in this regard. Here, data were collected every month to assess whether UPS had regained the business volume. Since data were collected at various points in time to answer the same research question (have we regained lost ground?), the study was a longitudinal one.

A marketing manager is interested in tracing the pattern of sales of a particular product in four different regions of the country on a quarterly basis for the next two years. Since data will be collected several times to answer the same issue (tracing pattern of sales), the study falls into the longitudinal category."

Onderzoeksstrategie

Keuze maken voor set van onderzoekshandelingen

- Er bestaan verschillende grondvormen van onderzoek (die in meerdere of mindere mate kunnen worden toegeschreven aan de deductieve dan wel inductieve traditie), waaronder:

Kwantitatief	○ Het experiment ○ Enquête (survey)
Kwalitatief	○ (observaties) ○ Case study ○ Grounded theory ○ Actieonderzoek

- De gekozen onderzoeksstrategie moet je in staat stellen om je specifieke onderzoeksvragen te beantwoorden
- Keuze voor een onderzoeksstrategie wordt onder meer bepaald door je onderzoeksvragen, hoeveelheid bestaande kennis op dit gebied, de hoeveelheid tijd en andere middelen die je tot je beschikking hebt, en je eigen filosofische basis
- Onderzoeksstrategieën hoeven elkaar niet uit te sluiten; Ze kunnen gecombineerd worden in één onderzoeksproject
- Er is geen beste strategie, elke strategie heeft een context waarin hij het best past

CASE STUDY

- >> informatie over een specifiek(e) object, gebeurtenis, of activiteit (zoals een bepaald bedrijf of organisatie) wordt **verzameld**.

Een 'case' kan dus verwijzen naar een individu, een groep, organisatie, gebeurtenis, of situatie. Om een goed inzicht te krijgen in de 'case' dient die bestudeerd te worden:

- in een naturalistische setting
- vanuit ≠ perspectieven waarbij ≠ dataverzamelmethodes gebruikt worden.

Case study research strategy that involves an empirical investigation of a particular contemporary phenomenon within its real-life context using multiple methods of data collection

GROUNDED THEORY

- >> Procedure om tot theorievorming te komen **op basis van data**.

Belangrijke tools hierbij zijn:

- Theoretische steekproeftrekking
onderzoeksontwerp waarbij dataverzameling, -codering, en -analyse in elkaar overlopen en waarbij voorlopige inzichten de daaropvolgende dataverzameling, -codering, en -analyse kunnen beïnvloeden.
De theorie wordt volledige opgebouwd op basis van de verzamelde data.
- Constante vergelijking
data die verzameld wordt (bijv. via een interview) worden vergeleken met andere verzamelde data (via bijv. een ander interview). Eens een theorie ontwikkeld werd, wordt de theorie getoetst aan de data.

ACTIEONDERZOEK

- >> evolueert constant op basis van de interactie tussen probleem, oplossing, en gevolgen.
(identificeren van mogelijke oplossingen, constant blijven bijsturen)

SURVEY OF CASE STUDY?

Vrij objectief, kunnen we makkelijk nagaan.

- Welke barrières worden ervaren door mogelijke spin-off bedrijven?
- Hebben bedrijven die sneller groeien een grotere kans om een IPO te realiseren?
- Hoe dragen raden van bestuur bij aan het nemen van beslissingen? CASE
- Leidt een meer ervaren raad van bestuur tot een meer performante onderneming? SURVEY

MIXED METHODS

Vaak wordt een combinatie van methodes gebruikt binnen eenzelfde onderzoeksproject.

Triangulatie wanneer ≠ methodes en ≠ bronnen tot dezelfde resultaten en conclusies leiden, kunnen de gegenereerde inzichten als **betrouwbaarder** aanschouwd worden.

We kunnen verschillende soorten triangulatie onderscheiden:

- ❖ *Methode triangulatie* verschillende dataverzamelmethodes en analysemethoden worden gebruikt
- ❖ *Data triangulatie* data wordt verzameld bij verschillende bronnen en/of op verschillende momenten
- ❖ *Onderzoekertriangulatie* verschillende onderzoekers verzamelen & analyseren de data
- ❖ *Theorie triangulatie* verschillende theorieën en perspectieven worden gebruikt om de data te interpreteren

5 Kwalitatieve dataverzameling

5.1 Introductie

<i>Primaire databronnen</i>	verwijzen naar informatie die door de onderzoeker ‘ uit de eerste hand ’ werd vernomen en handelen bijgevolg specifiek over de variabelen waarin de onderzoeker geïnteresseerd is in functie van de onderzoeksvraag en -doelstelling. <i>Bv. interviews (diepte-interview & focusgroep) en observaties</i>
<i>Secundaire databronnen</i>	verwijzen naar informatie die verzameld wordt op basis van bronnen die al bestaan <i>Bv. bedrijfsrapporten, overheidspublicaties (omtrent economische indicatoren), websites, financiële databanken, ...</i>
❖ PLUSPUNT	het <u>tijds- en kostenbesparend</u> kan werken in vgl met het zelf verzamelen van data.
❖ MINPUNT	het is vaak onmogelijk om enkel secundaire databronnen te raadplegen, aangezien ze vaak <u>niet voldoen</u> aan de specifieke vereisten vh onderzoek.

5.2 Interviews

Indeling gebeurt obv de graad van formalisering

- ❖ Ongestructureerde interview (ook “vrije conversatie”).
 - geen enkele vorm van voorbereiding is
 - het hele interview in een zo natuurlijk mogelijke setting gebeurt.
 - Het interview verloopt heel open, maar er is een minimale garantie dat de centrale onderzoeksthema’s aan bod komen.
- ❖ Semigestructureerd interview (of gestandaardiseerd open interview)
 - echte vragen ontwikkeld worden die door de interviewer gesteld kunnen worden.
 - een duidelijke interviewleidraad die gevolgd kan worden.

5.2.1 Vragenlijsten in kwalitatief onderzoek

<i>Gesloten of gestructureerde interview</i>	omvat vragen waarop respondenten met vooraf bepaalde antwoordmogelijkheden kunnen antwoorden.
<i>Open interview of de vrije conversatie</i>	enkel algemene thema’s worden aangereikt, verder komt alles van de respondent.
❖	Vaak wordt gebruik gemaakt van een min of meer afgebakende set van onderwerpen waarover de respondenten dan zullen vertellen. Er wordt gebruik gemaakt van een interviewleidraad om in het interview de cruciale onderwerpen aan bod te laten komen.
<i>Topiclijst</i>	bestaat uit een lijst van onderwerpen die in de loop vh interview aan bod moeten komen ○ Beperkt ○ Kortste vorm van vragenlijst ○ De interviewer kan de vraagstelling vrij kiezen en dient er alleen voor te zorgen dat hij de onderzoeksdoelstelling van de onderzoekers volgt. ○ Het grote voordeel is dat een topiclijst snel op te stellen is en dat dit leidt tot een meer natuurlijke conversatie. Het zorgt echter vaak voor moeilijke analyses aangezien de topics telkens anders in vragen kunnen worden omgezet.
<i>Vragenprotocol</i>	bevat een lijst met uitgeschreven vragen die in spreektaal zijn opgesteld.
+	de antwoorden worden meer vergelijkbaar omdat de vraagstelling gelijkaardig is
-	de vraagstelling komt heel snel vrij kunstmatig over

AANPAK VRAGENLIJST

1.	Een korte herinnering aan de doelstelling van het onderzoek. - Centraal: “Welk soort informatie wil dit interview achterhalen?”.
2.	Goed overzicht te maken van de verschillende thema's en belangrijke vragen die aan bod moeten komen. (een ruwe inventarisatie maken van de vragen die gesteld moeten worden) - Het gaat in dit stadium nog niet over het goed formuleren van de vragen. Een brainstorm kan heel bruikbaar zijn voor deze inventarisatie.
3.	Vragen die op elkaar lijken worden samengevoegd en prioriteer je de vragen. - Vaak zijn vijf tot tien hoofdvragen meer dan voldoende. - Hoofdvragen dienen ruim van aard te zijn. Het zijn vragen die de respondenten uitnodigen om te beginnen vertellen. Het geheel aan vragen moet het volledige onderzoeksobject bestrijken en de volgorde waarin ze gesteld worden moet logisch en flexibel zijn. Eens de hoofdvragen geformuleerd en geprioriteerd zijn.
4.	Logisch gestructureerde vragenlijst opstellen. Doorgaans kunnen we vijs fases in het verloop van een interview onderscheiden.

TYPE VRAAG	Doel van de vraag
	<i>Voorbeeld</i>
OPENINGSVRAAG	Respondenten wennen aan de interviewsituatie en voelen zich betrokken. <i>Interviewer en geïnterviewde stellen zich voor aan de hand van feitelijk materiaal, zoals woonplaats, beroep, hobby's</i>
INLEIDINGSVRAAG	Het gesprek wordt geopend. <i>Vraag peilt naar algemene opinie over het onderzoeksonderwerp. Hoe ben je bij bedrijf X terechtgekomen? Wat is je algemene ervaring met werken voor bedrijf X?</i>
TRANSITIEVRAAG	Het gesprek wordt langzaam naar de kern van het onderwerp gestuurd. Transitievragen betrekken de deelnemers meer bij het onderwerp door te peilen naar de persoonlijke ervaringen die de respondenten hebben (gehad) met het onderwerp. <i>Hoe zou u werken voor bedrijf X omschrijven?</i>
SLEUTELVRAGEN	Het gesprek gaat over het onderzoeksonderwerp. <i>Hoe ervaart u de samenwerking binnen het team? Zijn er bepaalde initiatieven waarmee men de samenwerking tracht te faciliteren en stimuleren?</i>
BESLUITENDE VRAGEN	De onderzoeker krijgt inzicht in het gewicht dat elk van de aangesneden vragen heeft via “overzichtsvragen”, “samenvattingsvragen” gaan na of de respondent het eens is met de samenvatting die de interviewer maakt van het gesprek en “eindvragen” peilen naar elementen die niet aan bod zijn geweest en het gesprek wordt afgesloten. <i>Er zijn in het gesprek heel wat aspecten van je werkomgeving aan bod gekomen. Welke vindt u de meest belangrijke? Vooraleer ons gesprek te beëindigen, zou ik u willen vragen of er bepaalde zaken volgens u niet aan bod zijn gekomen? Is er nog iets dat u wilt vertellen over uw ervaring in uw huidige job?</i>

5.2.2 The questioning technique

Funneling het interview moet gestructureerd verlopen en eerst bredere vragen, dan pas gerichte vragen

Geen leidende vragen vragen mogen de respondent niet in de richting van een bepaald antwoord leiden.
Bv. vragen naar de ervaringen die de respondent heeft in zijn/haar job, aangeven dat het een heel saaie job lijkt die moeilijk tot heel veel voldoening leidt.

Verduidelijken het antwoord van de respondent te parafraseren ("dus je zegt dat ...").

Doorvragen

- de vraag herhalen of verder verduidelijken (zonder antwoordsturende verduidelijkingen te geven).
- ongericht expliciet doorvragen (Het is mij nog niet precies duidelijk...; Hoe bedoelt u?)
- gericht expliciet doorvragen (Hoe kwam dat?; Wanneer was dat?; Hoe vaak hebt u dat?; En toen?).
- het antwoord van de respondent spiegelen of papegaaien
[de laatste woorden van de respondent in vragende vorm terugspelen]
Bv. het zijn de jongeren die altijd gepromoveerd worden?

5.2.3 Diepte-interviews vs. focusgroepen

Diepte-interviews

- ❖ face-to-face interviews
- ❖ telefooninterviews
- ❖ computer-assisted interviews (CAI)) een vraag op het scherm verschijnt en de interviewer kan de antwoorden onmiddellijk ingeven in de computer, worden echter nagenoeg exclusief gebruikt voor volledig gestructureerde vragenlijsten af te nemen.

Focusgroep

ALS een groep individuen samengebracht wordt om het onderzoeksonderwerp te **bediscussiëren** en te **becommentariëren** op basis van **persoonlijke ervaringen**.
→ een groep die speciaal werd samengesteld.

- een homogeen samengestelde groep
- 7 tot 10 deelnemers
- voeren een zorgvuldig geplande discussie over hun ideeën, motieven, belangen en denkwijze omtrent een omschreven aandachtsgebied.

[In een goed voorbereid groepsgebesprek gaat de gespreksleider op zoek naar meningen van de deelnemers over geagendeerde onderwerpen. De discussie verloopt prettig en mag niet bedreigend zijn. Vaak vinden deelnemers het leuk om met elkaar over hun ideeën te praten en beïnvloeden groepsleden elkaar. Om de discussie te leiden wordt er (net als bij een individueel diepte-interview) gebruik gemaakt van een topiclijst of vragenprotocol.]

5.2.4 Projectieve technieken

ALS bepaalde ideeën of gedachten **moeilijk te verbaliseren** zijn of zich op het **niveau van het onderbewustzijn** bevinden.

Woordassociatietechniek men wordt gevraagd om voor een bepaald woord (bv. 'werk') het eerste wat in zich opkomt te zeggen. Het antwoord geeft dan een indicatie van wat het woord 'werk' betekent voor de respondent.

Zinvervolledigingstechniek de respondent wordt gevraagd om zo snel mogelijk bepaalde zinnen (bv. 'Werk is ...') aan te vullen.

Thematische appreciatietest (TAT) de respondent vragen een verhaal te vertellen rond een afbeelding die getoond wordt. Op deze manier tracht men persoonlijkheids-karakteristieken en persoonlijke noden/behoefes te achterhalen.

5.3 Observeren

5.3.1 Vier sleuteldimensies die de soorten observatiemethoden typeren

Het doel is empirische data te verzamelen

VOORDEEL	het gedrag wordt bestudeerd op het moment dat het zich voordoet → kan vooral interessant zijn wanneer het bestudeerde gedrag onderhevig is aan sociale wenselijkheid (bv. het geven van positieve feedback aan werknemers).
NADEEL	geven geen inzicht in hoe een persoon denkt over bepaalde gedragingen of wat deze gedragingen kan motiveren. Deze info kan men enkel verkrijgen door ernaar te vragen.

VERSCHILLENDE OBSERVATIETECHNIKEN

❖ PARTICIPERENDE VERSUS NIET-PARTICIPERENDE OBSERVATIE.

Maakt de onderzoeker deel uit van de situatie die bestudeerd wordt of niet?

 *Participerende observatie*: het is vereist dat de onderzoeker deel wordt van de cultuur of context van de participant die geobserveerd wordt. [neemt vaak weken, maanden, of zelfs jaren in beslag]

 *Niet-participerende observatie*: de onderzoeker probeert louter te kijken, eerder dan deel te nemen. Is vaak meer gericht op specifieke issues dan participerende observatie. De onderzoeker observeert een aantal specifiek gedefinieerde situaties (bv. vergaderingen) of personen (bv. managers en werknemers).

❖ OPVALLENDE VERSUS VERDOKEN OBSERVATIE.

Zijn de participanten op de hoogte van het feit dat ze geobserveerd worden?

❖ OBSERVATIE IN EEN NATURALISTISCHE OF KUNSTMATIGE SETTING.

Wordt het gedrag geobserveerd in de omgeving waarin het zich normaal voordoet of in een kunstmatig geconstrueerde omgeving?

❖ GESTRUCTUREERDE VERSUS ONGESTRUCTUREERDE OBSERVATIE.

Wordt er gebruik gemaakt van een checklist om aan te geven wat er dient geobserveerd te worden of niet?

5.3.2 Wat wordt er geobserveerd?

Observatie van de setting (bijv. vergaderruimte, koffieruimte voor werknemers, bureaus) en de persoonlijke en sociale omgeving. Deze laatste omvatten onder meer de eigenschappen van personen (bijv. geslacht, etniciteit, leeftijdscategorie, uiterlijk) en patronen, frequentie en de richting van interactie en communicatie.

Als bedrijfs onderzoeker kan je geïnteresseerd zijn in bepaalde, specifieke bedrijfsgerelateerde events, zoals management team of board meetings, onderhandelingen over mergers & acquisitions, en interacties tussen leidinggevend en werknemers of werknemers en klanten. Wanneer deze zaken bestudeerd worden, kunnen één of meer van onderstaande zaken interessant zijn om te observeren:

- Wie initieert de gebeurtenis en op welke manier?
- Welk verloop kent deze gebeurtenis?
- Wie is er aanwezig en wie is er betrokken?
- Wie uit er (verbale en/of non-verbale) reacties?
- Wat wordt er (verbaal en/of non-verbaal) gecommuniceerd?
- Welke signalen geven aan dat de gebeurtenis ten einde loopt?
- Hoe is deze gebeurtenis gerelateerd aan andere gebeurtenissen die geobserveerd worden?

! het kan voor een onderzoeker interessant zijn om aandacht te hebben voor hetgeen er niet gebeurt.

Bv. een trainingsprogramma kan in een brochure beschreven worden als 'interactief'. De observatie dat de werknemers niet spreken, noch dat ze hun eigen perspectieven, verwachtingen en ervaringen delen is relevant.

5.3.3 Gestructureerde observatie

WAT men gaat selectief kijken naar bepaalde op voorhand vastgelegde elementen/fenomenen.
Bv. bij het inzetten van mystery shoppers. Goed getrainde onderzoekers registreren dan het gedrag van werknemers, daarbij gebruik makend van checklists en codes om zo specifieke informatie over de geleverde service te verzamelen.
Bv. fastfood ketens gebruiken deze manier van werken om de kwaliteit van de geleverde service te monitoren.

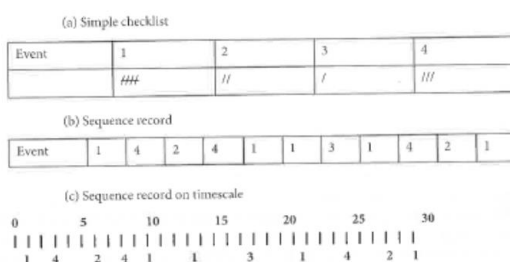
INDIEN observatie uitermate gestructureerd verloopt

DAN kan er zelfs kwantitatieve/numerieke data verzameld worden die kan gebruikt worden om hypotheses te testen.

Codeerschema's omvatten **vooraf gedefinieerde categorieën** waarbinnen hetgeen geobserveerd wordt geplaatst kan worden. Sommige zijn heel eenvoudig (bv. 'Heeft gebeurtenis X plaatsgevonden?' JA/NEE). Andere zijn complexer. Ze kunnen meerdere categorieën of zelfs tijdschalen omvatten. Het codeerschema dat je ontwikkelt moet aansluiten bij je onderzoeksvraag.

- ✓ Focus: Uit het codeerschema moet datgene wat geobserveerd wordt duidelijk blijken. Welk gedrag moet er gecodeerd worden?
- ✓ Objectief: het codeerschema en de gespecificeerde categorieën mogen niet voor interpretatie vatbaar zijn. Duidelijke richtlijnen en gedetailleerde definities zijn noodzakelijk om een objectieve manier van coderen mogelijk te maken.
- ✓ Gebruiksgemak: een goed codeerschema is gemakkelijk te gebruiken en in te vullen
- ✓ Elkaar uitsluitende en exhaustieve categorieën. De categorieën mogen dus geen overlap vertonen en moeten alle mogelijkheden weergeven (alle relevante gebeurtenissen, handelingen, gedragingen, ...) zodat het steeds mogelijk is te coderen.

- (1) een checklist (waarmee nagegaan kan worden hoe vaak een gebeurtenis zich voordoet)
- (2) een sequence record (waarmee informatie over hoe vaak en in welke volgorde gebeurtenissen zich voordoen kan verzameld worden)
- (3) een sequence record met tijdsaanduiding (waarmee daarenboven ook de tijd die een bepaalde gebeurtenis in beslag neemt kan bijgehouden worden) er kunnen uit zien.



6 Nvivo

6.1 Kwalitatieve data-analyse

DOEL : het trekken van betrouwbare en valide conclusies obv de beschikbare data

Bv. interview aantekeningen, antwoorden op open vragen, transcripties van video-opnames, ..

1. DATA REDUCTIE

Kwalitatief onderzoek produceert vaak een grote hoeveelheid data

Data kan daardoor gereduceerd worden door te coderen en categoriseren.

Coderen het analytische proces waardoor data gereduceerd, geherorganiseerd en geïntegreerd worden met het oog op theorievorming.

Codes labels die aan stukken tekst (= thema's, kunnen variëren in lengte) gegeven kunnen worden. Deze stukken tekst worden vervolgens gegroepeerd om categorieën te vormen.

Categoriseren het organiseren en classificeren van gecodeerde eenheden (thema's).

2. DATA PRESENTATIE

Data presentatie de gereduceerde data op een georganiseerde manier weergeven d.m.v. tabellen, matrices, diagrammen, grafieken, frequent vermeldde woorden, etc.

3. CONCLUSIES TREKKEN

= de essentie van kwalitatieve data-analyse

= het beantwoorden van de onderzoeksvraag

door aan te geven waar de geïdentificeerde thema's voor staan (waarvan zijn dit uitingen),
door verklaringen voor geobserveerde patronen en verbanden aan te reiken, of
door vergelijkingen te maken en contrasten bloot te leggen

BETROUWBAARHEID EN VALIDITEIT IN KWALITATIEF ONDERZOEK

❖ BETROUWBAARHEID

Categorie betrouwbaarheid ~ de mate waarin de analist in staat is categorieën te formuleren en te definiëren zodat codeurs in staat worden gesteld tot een eenduidige beslissing kunnen komen over welke items tot een bepaalde categorie behoren en welke niet.

→ goed-gedefinieerde categorieën leiden tot een hogere categorie betrouwbaarheid, maar een heel brede definiëring van categorieën doet dit ook!

Intercodeur betrouwbaarheid de mate waarin verschillende codeurs, die dezelfde data verwerken, tot overeenstemmende resultaten komen.

→ Vaak gebruikt is de verhouding van het aantal overeenstemmende categorisaties tot het totale aantal categorisaties.

❖ VALIDITEIT

Validiteit de mate waarin een instrument meet wat het claimt te meten.

[In een kwalitatieve context: de mate waarin resultaten van kwalitatief onderzoek]

- (1) Een accurate voorstelling geven van de verzamelde data (cfr. interne validiteit)
- (2) Gegeneraliseerd kunnen worden naar andere contexten of settings (cfr. externe validiteit)

Acties:

- Frequenties weergeven, om te vermijden dat anekdotes geselecteerd werden die de conclusies ondersteunen, maar eigenlijk niet frequent voorkomen
- Afwijkende cases meenemen in het onderzoek.
- Triangulatie
- Beschrijving van het onderzoek op een gedetailleerde, diepgaande, uitgebreide manier

6.2 Data-analyse met Nvivo

Introductie

Nvivo een softwarepakket voor kwalitatieve analyse met verschillende non-numerieke databronnen
Bv. tekst, visuele informatie, audio/video, ..
>> één van de meest gebruikte programma's in Nederlandstalig gebied

Voorbereiding Nvivo sessie

Bewaar alle files in de map 'Nvivo Oefening' op Minerva op uw persoonlijke schijf (H-schijf)
Start Nvivo op (Athena → Academic → Nvivo) en creëer nieuw project met als titel uw voor- en achternamen
(bv. "Anneleen Van Kerckhove en Gudrun Roose") en bewaar dit op uw H-schijf

BELANGRIJK:

klik geregeld op "save" tijdens deze sessie

Vier basisfuncties

1. DATA IMPORTEREN

cf. sources

Voorwaarden

Data verzamelen (validiteit & betrouwbaarheid)	- Samenvattingen maken! - Persoonlijke reflecties noteren!
Data – indien nodig – transcriberen	- Interviews (letterlijk) uittypen - Observatienotities/video's uittypen
Data management	- Relevante info ivm data bijhouden <i>bv. datum & duur interview/observatie, interviewer/observator, ...</i> - Relevante info ivm respondenten/cases bijhouden <i>bv. demografische kenmerken, organisatorische kenmerken, ...</i>

4 types data ("sources") : internals, externals, memos & framework matrices

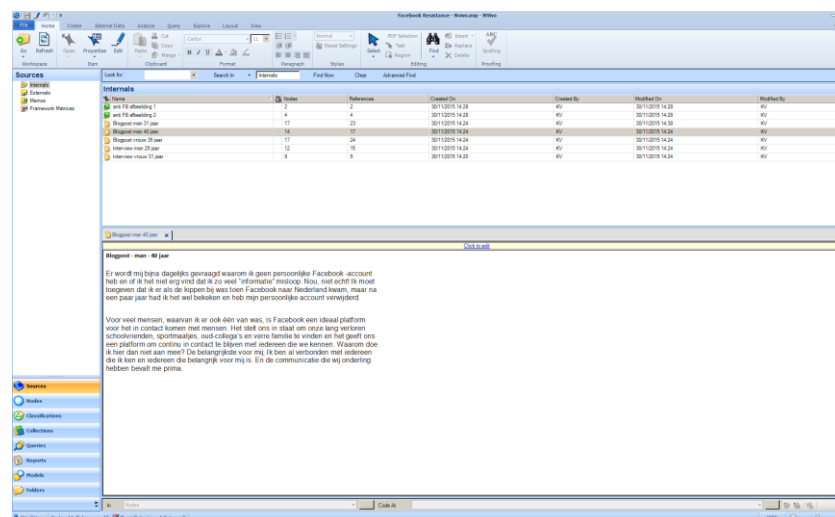
OEFENING

Onderzoeksdoel: inzicht krijgen in fenomeen van "Facebook (FB) verzet"

Onderzoeksvragen:

- hoe verzetten mensen zich tegen (invloed van) FB?
- waarom verzetten mensen zich tegen (invloed van) FB?

Opdracht: importer ≠ databronnen in map "Nvivo Oefening" in Nvivo



2. DATA CLASSIFICEREN

cf. classifications

Voorwaarden

Databronnen ("sources")	Welke <u>types</u> databronnen heb ik verzameld? <i>Bv. interviews, observatieverslagen,...</i> Wat zijn <u>relevante attributen</u> van deze types databronnen? <i>Bv. datum, interviewer/observator,...</i>
Eenheden of entiteiten ("cases")	Welke <u>types</u> cases zijn er? <i>Bv. individuen, organisaties,...</i> Wat zijn <u>relevante attributen</u> van deze types cases? <i>Bv. geslacht van individu, grootte van organisatie,...</i>

3 types "classifications"

- Source classifications
- Case classifications
- Relationship types

cf. attributes

Source classification

Types databronnen aanmaken

- "Classifications" => "Source classifications" => via rechtermuisknop "new classification" aanmaken per type databron (bv. interviews)
- Klik met rechtermuisknop op elke nieuwe classificatie en maak "new attributes" aan voor dit type databron (bv. datum)
- "Classification" => "source classifications" => dubbelklik op elk attribuut en ken mogelijke waarden toe (bv. 2/2/2014)

Databronnen linken aan types databronnen

- "Sources" => "Internals" => klik met rechtermuisknop op databron en vink bij "classification" juiste type databron aan (bv. interview)
- "Sources" => "Internals" => klik met rechtermuisknop op databron en klik op "open classification sheet". Selecteer voor elk attribuut van elke databron de juiste waarde.

OF "Classifications" => "Source classifications" => dubbelklik en vul juiste attributen in voor elke databron.

Name	Created On	Created By	Modified On	Modified By
transcripten	25/02/2016 9:50	KV	1/03/2016 10:05	KV

Name	Type	Created On	Created By	Modified On	Modified By
datum interview	Text	25/02/2016 10:07	KV	1/03/2016 10:05	KV
interviewer	Text	25/02/2016 10:07	KV	25/02/2016 10:36	KV
duur interview	Text	25/02/2016 10:07	KV	1/03/2016 10:07	KV
woordvoerder	Text	25/02/2016 10:12	KV	29/02/2016 14:37	KV
andere aanwezigen tijdens interview	Text	25/02/2016 10:14	KV	25/02/2016 10:21	KV

samenvattingen	25/02/2016 9:50	KV	29/02/2016 10:06	KV
----------------	-----------------	----	------------------	----

OEFENING

Opdracht: classificeer de geïmporteerde data op basis van de beschikbare informatieve

Maak de source classifications 'interview' en 'blogpost' aan, ken aan beide het attribuut datum toe, en link de databronnen aan deze classificaties

Classifications	Look for:	Search In:	Source Classifica	Find Now	Clear	Advanced Find	x
Source Classifications							
Node Classifications							
Relationship Types							
Source Classifications							
	Name	Created On	Created By	Modified On	Modified By		
	afbeelding	30/11/2015 16:50	KV	30/11/2015 16:52	KV		
	blogpost	30/11/2015 16:50	KV	30/11/2015 16:53	KV		
	interview	30/11/2015 16:50	KV	30/11/2015 16:53	KV		

Case classification

Types cases aanmaken

- Creër een classificatie per type entiteit of data-eenheid (bv. Personen, organisaties, ...)
- Classifications" => "Case classifications" => via rechtermuisknop "new classification" aanmaken per type case.
- Klik met rechtermuisknop op elke nieuwe classificatie en maak "new attributes" aan voor dit type case (bv. Geslacht, leeftijd, locatie, grootte van de organisatie, ...)

Cases aanmaken

- "Sources" => "Internals" => klik met rechtermuisknop op elke databron en klik op "code" – "cases" – "new case" en geef naam aan nieuwe case of vink bestaande case aan indien meerdere databronnen gerelateerd zijn aan zelfde case (bv. Ugent of Anneleen)

Cases linken aan types cases

- "Nodes" => "Cases" => klik met rechtermuisknop op case (bv. Anneleen) (bv. Ugent) en vink bij "classification" juiste type case aan (bv. individu) (bv. Organisatie).
- "Classification" => "case classification" => dubbelklik op elk type case en ken attributen toe aan elke case (bv. vrouw)

Name	Created On	Created By	Modified On	Modified By
clinten	25/02/2016 9:52	KV	25/02/2016 14:29	KV

Name	Type	Created On	Created By	Modified On	Modified By
geslacht	Text	25/02/2016 9:53	KV	25/02/2016 9:53	KV
leeftijd	Text	25/02/2016 9:54	KV	25/02/2016 10:53	KV
woonplaats	Text	25/02/2016 9:54	KV	25/02/2016 9:54	KV
doorverwijzer	Text	25/02/2016 9:54	KV	25/02/2016 11:32	KV
ziektebeeld	Text	25/02/2016 9:55	KV	25/02/2016 11:40	KV
woonsituatie	Text	25/02/2016 9:55	KV	25/02/2016 10:57	KV
adres	Text	25/02/2016 10:38	KV	25/02/2016 11:31	KV
burgelijke staat	Text	25/02/2016 10:39	KV	25/02/2016 11:14	KV
afstand tot centrum	Text	25/02/2016 10:46	KV	25/02/2016 10:48	KV

OEFENING

Opdracht: classificeer de geïmporteerde data op basis van de beschikbare informatie

Maak de case classification 'individu' aan, maak cases aan en link elke case aan de case classification 'individu'

Classifications

- Source Classifications
- Node Classifications**
- Relationship Types

Look for: Search In Node Classificati Find Now Clear Advanced Find X

Node Classifications

Name	Created On	Created By	Modified On	Modified By
personen	30/11/2015 16:50	KV	30/11/2015 20:41	KV

Name	Type	Created On	Created By	Modified On	Modified By
geslacht	Text	30/11/2015 16:51	KV	30/11/2015 16:51	KV
leeftijd	Text	30/11/2015 16:51	KV	30/11/2015 20:52	KV

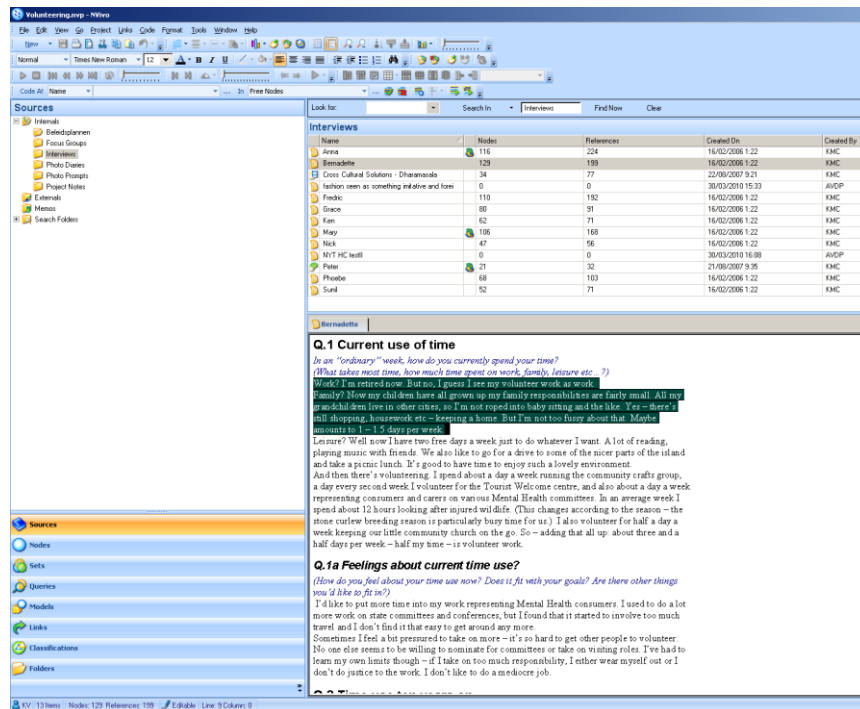
personen x

	A : geslacht	B : leeftijd
1 : Blogpost man 31 jaar	man	dertigers
2 : Blogpost man 40 jaar	man	veertigers
3 : Blogpost vrouw 35 jaar	vrouw	dertigers
4 : Interview man 28 jaar	man	twintigers
5 : interview vrouw 31 jaar	vrouw	dertigers

3. DATA CODEREN

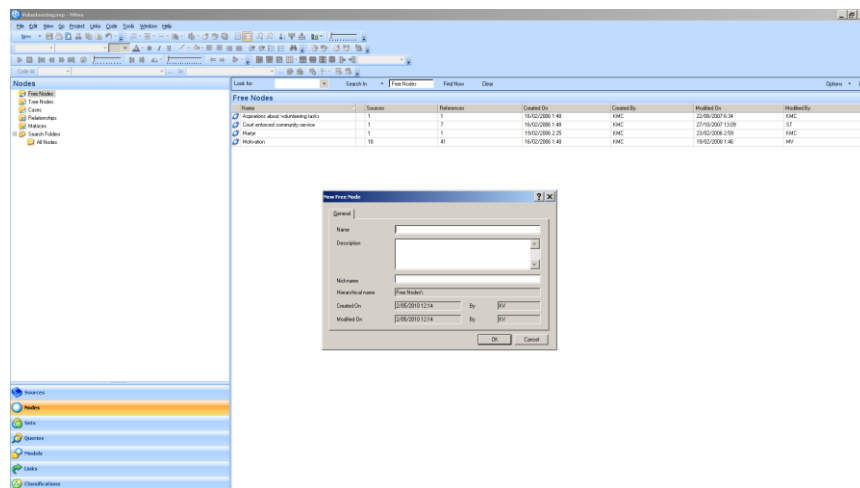
cf. nodes

Inductief coderen = open coderen



>> selecteer en via rechtermuisknop “code” – “nodes” – “new node”

Deductief coderen = axiaal coderen



Automatisch coderen = document met een voorgestructureerde vorm wordt helemaal door Nvivo gecodeerd

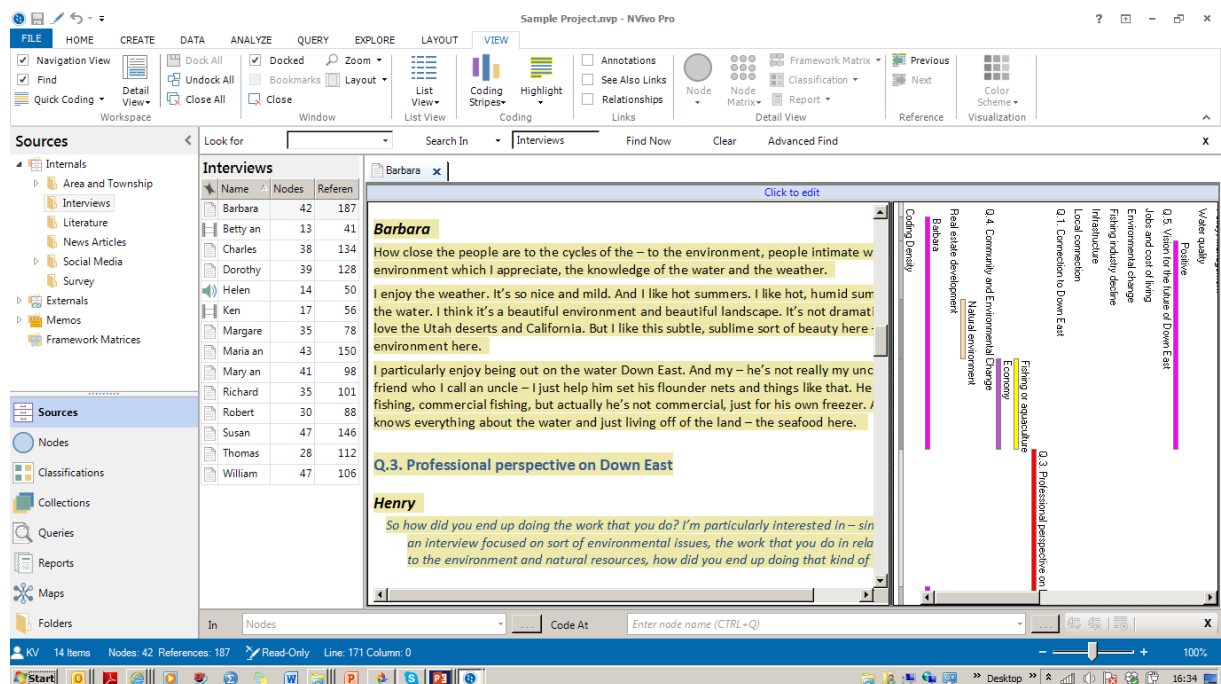
- Handig bij surveys, (semi-)gestructureerde interviews/focusgroepen/observaties
- “Sources” – “Internals” - data openen
- Tabblad “home” – “styles” – vragen/categorieën aanduiden als Headings
- Tabblad “Analyze” – “Autocode” – “Paragraph Styles” – “Heading” toevoegen – “Next”
- “New folder” – naam geven (bv. “Vragen Survey”) – “Finish”

Voorwaarden

- Duidelijke onderzoeksfocus
 - o Cf. onderzoeksdoel
 - o Cf. onderzoeksvragen
- Goede kennis van bestaande literatuur
 - o theoretische kaders
 - o kernconcepten
 - o **keuze inductief versus deductief onderzoek**
- Elk uniek idee of gedachte capteren adhv nvivo codes of eenvoudige beschrijvende zinnen (geen interpretatie!)

Tips

- bekijk alle data vooraleer te coderen
- gebruik in tabblad VIEW “Coding Stripes” en “Highlights”



OEFENING

Opdracht: Maak een node “HOE” en een node “WAAROM” (cf. deductieve benadering) en codeer de data m.b.t. HOE mensen zich tegen (invloed van) FB verzetten (cf. inductieve benadering)

4. DATA ANALYSEREN

cf. nodes/queries/reports/maps

Fragmenten bij codes bekijken

- Codes behouden
- Codes herbenoemen
- Codes opsplitsen
- Codes toevoegen

❖ CODES ORDENEN EN GROEPEREN

! Nieuwe groepscode aanmaken en de codes naar deze nieuwe groepscode slepen

! Belang om codes te aggregeren via “aggregate from childnote”

❖ CODES VISUALISEREN

- o “Maps” – met rechtermuisknop “New project map” aanmaken en naam geven
- o In map met rechtermuisknop klikken op “Add project items” en gewenste parent nodes en child nodes aanvinken
- o In map met rechtermuisknop lay-out aanpassen

❖ QUERIES VOOR OF NA START CODEREN

- o Text search query = zoeken naar tekst in context
- o Word frequency query = frequentie van woorden tellen

❖ QUERIES NA START CODEREN

- o Coding query = zoeken naar gecodeerde informatie
- o Compound query = zoeken naar gecodeerde informatie die bepaalde tekst bevat
- o Coding comparison query = codes van verschillende onderzoekers met elkaar vergelijken
- o Matrix coding query = informatie in een matrix weergeven

OEFENING

Opdracht: Explorer en codeer de data m.b.t. WAAROM mensen zich tegen (invloed van) FB verzetten (cf. inductieve benadering) en schrijf uw eerste conclusies uit in “Sources” – “Memos” – “New Memo”

Voorwaarden

- ITERATIEF PROCES
- Onderzoeksdoel en –vragen voor ogen houden
- Balanceren tussen niet te weinig en niet te veel codes
- Queries zijn hulpmiddel bij coderen/analyseren
 - o Opletten met interpretatie matrices
 - o Geen kwantitatieve conclusies
- Kritisch denkvermogen en reflectie
- Onderzoekerstriangulatie

7 Voorbeelden examenvragen

H1: inleiding tot (bedrijfs)onderzoek

1. Noem & beschrijf 3 bouwstenen van wetenschappelijk onderzoek. Illustreer ze aan de hand van een eigen voorbeeld.
2. Bespreek 'ONDERZOEK X' in het licht van de bouwstenen van wetenschappelijk onderzoek. In welke mate voldoet dit onderzoek hieraan?
3. Wat wordt er bedoeld met de wetenschappelijke onderzoekscyclus? Leg relevante concepten voldoende uit.
4. Is 'ONDERZOEK X' een voorbeeld van theoretisch of praktijkgericht onderzoek?
5. Wat is het belangrijkste verschil tussen bedrijfskundig en bedrijfswetenschappelijk onderzoek?

Welke van onderstaande stellingen is correct?

- a. Bedrijfskundig onderzoek wordt doorgaans niet op een wetenschappelijke manier uitgevoerd.
- b. De conclusies die getrokken worden op basis van bedrijfskundig onderzoek kunnen doorgaans ook veralgemeend worden.
- c. De verschillende fasen in een wetenschappelijk onderzoekstraject zijn een afwisseling van inductieve en deductieve fasen.
- d. Kwalitatief wetenschappelijk onderzoek bestaat niet. Enkel kwantitatief onderzoek kan volgens de wetenschappelijke methode gebeuren.
- e. **In tegenstelling tot de vraag is geen van bovenstaande antwoordmogelijkheden correct.**

H2 : Probleemanalyse

1. Wat zijn de verschillende aspecten van een goede probleemstelling?
2. Bespreek aan de hand van de tekst de verschillende aspecten van een goede probleemstelling? Welke aspecten komen er al dan niet aan bod en hoe worden ze ingevuld?
3. Hoe kunnen we de kwaliteit van een artikel dat gepubliceerd werd in een wetenschappelijk tijdschrift gaan beoordelen? Benoem en bespreek 2 indicatoren.
4. Benoem en beschrijf 4 verschillende soorten variabelen. Illustreer telkens met een voorbeeld.
5. Geef het conceptueel model dat in 'tekst X' beschreven wordt schematisch weer.

H4: kwalitatief onderzoek

Noem en bespreek 3 belangrijke onderzoekskeuzes.

- Hoe zijn deze keuzes aan elkaar gerelateerd?
- Hoe zou je deze keuzes invullen voor onderstaand voorbeeld? Waarom?

"een manager wil graag meer te weten komen over waarom sommige mensen veel voldoening halen uit werken en waarom werken voor anderen vooral leidt tot frustratie"