



Wegwijs in onderzoek

Onderzoekswijzer

december 2013



Deze onderzoekswijzer helpt je op weg bij het zelf uitvoeren, dan wel het begeleiden van een onderzoek. Als je zelf een onderzoek uitvoert, wil je alle stappen goed doorlopen om die resultaten te krijgen waarmee je aan de slag kunt. Als je een onderzoek begeleidt van een stagiaire, maar ook van een onderzoeksbureau, wil je de onderzoekers de juiste input geven, zodat je resultaten krijgt waarmee je actie kunt ondernemen.

In deze onderzoekswijzer stel ik per fase een paar vragen, zodat je kunt zien in hoeverre je deze stap onder controle hebt. Daarnaast staan per fase een aantal blogs met tips en tricks voor deze fase genoemd.

Een onderzoek heeft de volgende fases:

Fase 1: Formuleren doel onderzoek en onderzoeksvraag	5
Fase 2: Ontwerpen onderzoeks-methodiek en planning	11
Fase 3: Veldwerk	21
Fase 4: Analyse en rapportage	27

Als je tijdens je onderzoek op problemen stuit, help ik je graag. Ik bied je een half uur gratis consultaan om je verder te helpen. Je kunt dit aanvragen op mijn website:

<http://www.claudiadegraauw.nl/heb-je-een-vraag-over-onderzoek/>.

Als je aangeeft wat je wilt vragen en waar je tegen aan loopt, help ik je graag verder.

Fase 1: Formuleren doel onderzoek en onderzoeksvraag

Beantwoord de onderstaande vragen en houd bij hoe vaak je A, B of C beantwoord. Op de volgende pagina's staat een advies per meest gegeven antwoordcategorie.

1. Weet je wat je wilt gaan doen met de uitkomsten van het onderzoek?
 - A. Nee
 - B. Deels
 - C. Ja
2. Wil je weten of je je projectdoel bereikt?
 - A. Ik weet niet of ik dat kan meten
 - C. Nee, dat is niet interessant voor ons
 - C. Ja
3. Wil je output meten?
 - A. Ja, dat is het enige meetbare
 - B. Ook, er wordt vooral gestuurd op deze cijfers
 - C. Nee, het gaat mij om resultaten
4. Denk je dat je kunt meten wat je wilt meten?
 - A. Nee
 - B. Waarschijnlijk niet
 - C. Ja
5. Hangt je onderzoeksvraag samen met het doel van je onderzoek?
 - A. Nee
 - B. Deels
 - C. Ja

Uitslag

Je hebt vooral A antwoorden gegeven.

Je hebt nog geen duidelijk beeld, waarom je het onderzoek gaat doen en daarmee wat je onderzoeksvraag zal zijn. Verdiep je in deze fase, want dit is de belangrijkste fase. Deze fase bepaalt namelijk hoe het onderzoek wordt ingericht en wat voor soort uitkomsten uit het onderzoek gaan komen. Daarmee ligt vast wat je straks wel en niet kunt met de uitkomsten.

Advies

Begin met bepalen waarom je het onderzoek wilt doen. Als het onderzoek is afgerond, wat ga je dan doen met de uitkomsten?

Ga je de uitkomsten gebruiken om je project te verbeteren? Wil je weten of je je doelen bereikt en hoe je dat beter kunt doen? Maar ben je dan ook bereid je project te veranderen of misschien zelfs te stoppen als blijkt dat ze niet bijdragen aan je doel? Wil je anderen, bijvoorbeeld financiers, overtuigen van de kracht van jouw project?

Of heb je informatie nodig om een project op te zetten? Welke informatie heb je nodig en kun je straks inzetten? (En naar welke informatie ben je nieuwsgierig, maar ga je niet inzetten?)

Laat je in deze fase niet tegen houden door of het meetbaar zal zijn. Door duidelijk voor ogen te hebben wat je straks wilt met de uitkomsten, kun je het onderzoek zo inrichten dat je straks uitkomsten krijgt, waarmee je actiepunten kunt formuleren.

Neem deel aan de training: Hoe organiseer ik een onderzoek? Gedurende een dag gaan we actief aan de slag met het bepalen van je doel, je onderzoeksvraag en het meetbaar maken hiervan. Daarnaast kijken we ook naar struikelblokken die je daarna tegen kunt komen en het formuleren van actiepunten. Op mijn website: <http://www.claudidegrauw.nl/inschrijven-hoe-organiseer-je-een-onderzoek/> vind je meer informatie over deze training.

Je hebt vooral B antwoorden gegeven (of een mix van A en C antwoorden)

Je weet al wat af van het formuleren van je onderzoeksdoel en onderzoeksvraag. Je hebt er ideeën over, maar je bent er nog niet uit. Verdiep je goed in deze fase, want zoals je waarschijnlijk weet, is dit de belangrijkste fase. Deze fase bepaalt hoe het onderzoek wordt ingericht en wat voor soort uitkomsten uit het onderzoek gaan komen. En daarmee wat je straks wel en niet kunt met de uitkomsten.

Advies

Bepaal waarom je het onderzoek wilt doen. Wat ga je doen met de uitkomsten, als het onderzoek is afgerond? Welke informatie heb je nodig om de juiste actie te kunnen ondernemen? Wil je je project verbeteren? Wil je aantonen wat je bereikt, bijvoorbeeld een andere houding, geïnspireerde leerlingen? Of heb je informatie nodig om een project te starten? Maak onderscheid tussen wat je moet weten om verder te kunnen en waar je nieuwsgierig naar bent, maar niet nodig hebt.

Laat je in deze fase niet tegen houden of het meetbaar zal zijn. Mijn ervaring is dat je alles meetbaar kunt maken. Echter niet alles even gemakkelijk. Daar ga je in een andere fase naar kijken. Zorg dat je nu duidelijk voor ogen hebt welke informatiebehoefte je hebt. Door dat duidelijk voor ogen te hebben, kun je je onderzoek in de volgende fase zo inrichten dat je straks uitkomsten krijgt waarmee je actiepunten kunt formuleren.

Lees mijn blogs en kijk of je er uit komt. Zo niet, overweeg dan deel te nemen aan de training:

1. Hoe organiseer ik een onderzoek? Of
- 2 Evaluaties en monitors optimaliseren.

Als je begint met onderzoek doen, is de eerste cursus aan te raden. Als je al meer ervaring hebt, maar je wilt het slimmer aanpakken, raad ik je aan de tweede training te doen. Beide trainingen duren een dag en we gaan actief aan de slag met het bepalen van je doel, je onderzoeksvraag en het meetbaar maken hiervan. In de tweede training kijken we ook wat je kunt toepassen in je dagelijkse routine. Meer informatie over de trainingen vindt je op mijn website: voor 1. Hoe organiseer ik een onderzoek? <http://www.claudiadegraauw.nl/inschrijven-hoe-organiseer-je-een-onderzoek/> en voor 2. Evaluaties en monitors optimaliseren: <http://www.claudiadegraauw.nl/slimmer-evalueren/>

Je hebt vooral C antwoorden gegeven

Je weet al goed hoe je het doel en de onderzoeksvragen moet formuleren. Zoals je weet is dit het belangrijkste van je onderzoek. Dit bepaalt hoe het onderzoek ingericht wordt en wat voor soort uitkomsten uit het onderzoek gaan komen. En daarmee wat je straks wel en niet kunt met de uitkomsten.

Advies

Bepaal het doel van je onderzoek. Betrek hierbij zo nodig je collega's, zodat zij zich er ook bewust van zijn waarom het onderzoek wordt uitgevoerd. Zorg ervoor dat het aansluit op hun behoeften. Bedenk hierbij wat jullie straks met de resultaten gaan doen. Ga je je project omgooien of zelfs stopzetten als dat nodig blijkt?

Maak onderscheid tussen wat je moet weten om verder te kunnen en waar je nieuwsgierig naar bent, maar niet nodig hebt.

Laat je in deze fase niet tegen houden of het meetbaar zal zijn. Mijn ervaring is dat je alles meetbaar kunt maken. Echter niet alles even gemakkelijk. Daar ga je in een andere fase naar kijken. Zorg dat je nu duidelijk voor ogen hebt welke informatiebehoefte je hebt. Door dat duidelijk voor ogen te hebben, kun je je onderzoek in de volgende fase zo inrichten dat je straks uitkomsten krijgt waarmee je actiepunten kunt formuleren.

Lees mijn blogs en ga verder met de volgende fase van het onderzoek als je het doel en je onderzoeksvraag hebt geformuleerd.

Tips voor het formuleren van het onderzoeksdoel en onderzoeksvraag

- Formuleer zo concreet mogelijk aan welke informatie je behoefte hebt. Bedenk ook wat je gaat doen met deze informatie.
- Betrek je collega's bij waar je mee bezig bent om te zorgen voor meer draagvlak.
- Houd voor ogen wat je doel is van je project, evenement, beleid, activiteit, programma. Discussieer hierover met collega's. Wil je dat kinderen iets leren? Mensen ander gedrag laten vertonen? Wil je hun keuze beïnvloeden? Definieer dit zo exact mogelijk. Dit helpt je bij het formuleren van je onderzoeksvragen.
- Bedenk vooraf wat je gaat doen met de resultaten van het onderzoek. Wil je het project bijsturen? Ben je bereid ermee te stoppen als het blijkt niet te werken? Neem dit mee bij het formuleren van je onderzoeksvragen, want het geeft aan wat voor soort antwoorden je wilt hebben na afloop.
- Het doel en dus het gewenste effect staan centraal in je onderzoeksvraag en in je onderzoek.
- Formuleer een hoofdvraag en splits deze uit naar deelvragen. Hoe exacter je onderzoeksvraag is geformuleerd, des te gemakkelijker is het om je deelvragen te formuleren. En des te gemakkelijker wordt het om je onderzoeksinstrumenten te formuleren.

Interessante blogs over het formuleren van het onderzoeksdoel en onderzoeksvraag

- ✓ **Waarom wil je effecten meten?** <http://www.claudiadegraauw.nl/waarom-effecten-meten/>
- ✓ **Om resultaat te boeken, moet je doelen stellen**
<http://www.claudiadegraauw.nl/om-resultaat-te-boeken-moet-je-doelen-stellen/>
- ✓ **Hoe klantenonderzoek kan helpen bij het werven van publiek**
<http://www.claudiadegraauw.nl/hoe-klantenonderzoek-kan-helpen-bij-het-werven-van-publiek/>
- ✓ **Doen we de goede dingen?** <http://www.claudiadegraauw.nl/doen-we-de-goede-dingen/>
- ✓ **Evalueren om je project te verbeteren**
<http://www.claudiadegraauw.nl/evalueren-om-je-project-te-verbeteren/>
- ✓ **Monitoren helpt om je doel te bereiken**
<http://www.claudiadegraauw.nl/deelregeling-cultuureducatie-met-kwaliteit/>

Fase 2: Ontwerpen onderzoeksmethodiek en planning

1. Hoe bepaal je welke onderzoeksmethodiek je gaat gebruiken?
 - A. Ik ga mijn doelgroep enquêteren.
 - B. Ik ga al mijn onderzoeksvragen met dezelfde methodiek beantwoorden
 - C. Dat is afhankelijk van wat ik wil weten, dus van de onderzoeksvraag.
2. Moet je alles aan dezelfde groep personen vragen?
 - A. Ja, dat is wel zo gemakkelijk
 - B. Het liefst wel. Bij uitzondering kan een tweede groep aanvullende vragen gesteld worden.
 - C. Nee, misschien gaan we zelfs geen vragen stellen, maar gebruiken we andere methodieken.
3. Welke methoden kun je gebruiken?
 - ☐ Vragenlijsten
 - ☐ Interviews
 - ☐ Groepsgesprekken
 - ☐ Scheurkaartjes (zoals op het filmfestival)
 - ☐ Observaties
 - ☐ Documentstudie
 - ☐ Bestaande data analyseren
 - ☐ Netwerkanalyse
 - ☐ Literatuurstudie
 - ☐ Korte vraaggesprekjes (bv. Steeds dezelfde drie vragen)
 - ☐ Monitoring via social media

1 t/m 3 methoden gekozen is A, 4 t/m 8 methoden gekozen is B en 9 t/m 11 methoden gekozen is C.

4. Hoe zorg je voor een objectieve methodiek?
 - A. Als een buitenstaander de gegevens verzamelt.
 - B. Als dezelfde persoon steeds dezelfde vragen stelt/op dezelfde manier observeert/gegevens classificeert

- C. Standaardiseren van de je vragen/observatiepunten/antwoordcategorieën, zodat verschillende mensen het op dezelfde manier zouden beoordelen. Indien nodig zijn er twee beoordelaars die dezelfde vragen beantwoorden.
5. Wanneer begin je je onderzoek?
- A. Op het einde van een project ga je evalueren
 - B. Enige tijd voordat je de antwoorden nodig hebt
 - C. Het liefst bij aanvang je project, begin je te met nadenken wanneer je wat en hoe wilt onderzoeken.

Uitslag

Je hebt vooral A antwoorden gegeven.

Je hebt nog geen duidelijk beeld hoe je de onderzoeksvraag moet gaan beantwoorden. Waarschijnlijk heb je ook geen duidelijk beeld van de mogelijkheden. Dit is na de tweede belangrijke fase. Deze fase bepaalt namelijk welke informatie je verzamelt en dus of je uiteindelijk de juiste informatie hebt verzameld om je onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden.

Advies

Als je het doel en je onderzoeksvraag hebt geformuleerd, ga je deze verder opsplitsen. Een belangrijke vraag die je hierbij kunt stellen is: hoe ziet dat eruit? Bijvoorbeeld, je wilt leerkrachten inspireren en meten in welke mate dat lukt. Hoe ziet zo'n geïnspireerde leerkracht eruit?

Als je hebt geformuleerd hoe het doel eruit ziet, dat je wilt meten, ga je per onderdeel kijken hoe je dit kunt achterhalen. Je hoeft in het bovengenoemde geval niet alles aan de leerkracht te vragen. Daarna ga je per onderdeel bekijken hoe je dit kunt achterhalen. Wat kun je zien? Wat kun je in je dagelijkse routine merken?

Zorg dat je meetinstrument objectief is. Een ander die het gebruikt, krijgt bij dezelfde respondenten dezelfde antwoorden. Kleur de vragen niet met je eigen mening (niet: vind je ook niet dat dit belangrijk is?, maar: hoe belangrijk vind je dit? Niet belangrijk –neutraal - belangrijk)

Lees de blogs om een beeld te krijgen van wat er mogelijk is. Vraag zondig een specialist om je te helpen met het ontwerpen van de methodiek of ga met een groep collega's hiermee aan de slag in de workshop 'Ontwerp je eigen monitorsysteem'. Deze workshop wordt alleen in-company gegeven, waarin met de groep gezamenlijk wordt gewerkt aan één meetsysteem dat jullie onderzoeksvragen meet. Op het einde van de dag heb je een blauwdruk van een systeem dat je kunt inzetten om jouw doelen te meten.

Bij een verkeerde methodiek is de kans groot dat je in de volgende fase in de problemen komt. Door te verdwalen in lange enquêtes zullen respondenten bijvoorbeeld niet mee willen werken of lopen gesprekken stroef. Zorg er dus voor dat dit goed in elkaar zit en vraag hier zo nodig hulp bij.

Tip! Begin op tijd. Denk bij aanvang van je project na over de monitoring en evaluatie van je project.



Je hebt vooral B antwoorden gegeven (of een mix van A en C antwoorden)

Je hebt al wel een beeld van wat er mogelijk is, maar er zijn nog veel deuren ongeopend. Zoals je waarschijnlijk weet, is deze fase ook belangrijk omdat in deze fase wordt bepaald welke informatie je verzamelt en dus of je uiteindelijk de juiste informatie hebt verzameld om je onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden.

Advies

Splits je onderzoeksvragen verder uit en schrijf uit hoe deeldoelen eruit zien. Bijvoorbeeld, je wilt leerkrachten inspireren en meten in welke mate dat lukt. Hoe ziet zo'n geïnspireerde leerkracht eruit? Of je probeert de houding van een leerling positief te beïnvloeden. Hoe ziet deze houding eruit? Wat voor aspecten zitten daaraan vast?

Als je hebt geformuleerd hoe het doel eruit ziet, dat je wilt meten, ga je per onderdeel kijken hoe je dit kunt achterhalen. Je hoeft in het bovengenoemde geval niet alles aan de leerkracht te vragen. Wat kun je zien en wat merk je in je dagelijkse routine?

Maak keuzes. Wat moet je echt weten en wat is interessant, maar heb je niet nodig. Breng prioriteiten aan.

Zorg dat je meetinstrument objectief is. Een ander die het gebruikt, krijgt bij dezelfde respondenten dezelfde antwoorden. Kleur de vragen niet met je eigen mening (niet: vind je ook niet dat dit belangrijk is?, maar: hoe belangrijk vind je dit? Niet belangrijk –neutraal - belangrijk)

Voorkom dat je je eigen vlees keurt.



Lees de blogs om je te inspireren. Om het onderzoeksinstrument goed te krijgen kun je met een groep collega's aan de slag, indien nodig onder begeleiding, met advies van een deskundige. Ik bied deze mogelijkheid in de workshop 'Ontwerp je eigen monitorsysteem'. Deze workshop wordt alleen in-company gegeven. Met de groep werken we samen aan één meetsysteem dat jullie onderzoeksvragen meet. Op het einde van de dag heb je een blauwdruk van een systeem dat je in kunt zetten om jouw doelen te meten.



Tip! Begin op tijd. Denk bij aanvang van je project na over de monitoring en evaluatie van je project.

Je hebt vooral C antwoorden gegeven

Je hebt een beeld van wat er mogelijk is. Dit is een belangrijke fase omdat in deze fase wordt bepaald welke informatie je verzamelt en dus of je uiteindelijk de juiste informatie hebt verzameld om je onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden.

Advies

Splits je onderzoeksvragen verder uit en schrijf uit hoe deeldoelen eruit zien. Bijvoorbeeld, je wilt leerkrachten inspireren en meten in welke mate dat lukt. Hoe ziet zo'n geïnspireerde leerkracht eruit? Of je probeert de houding van een leerling positief te beïnvloeden. Hoe ziet deze houding eruit? Wat voor aspecten zitten daaraan vast?

Als je hebt geformuleerd hoe het doel eruit ziet, dat je wilt meten, ga je per onderdeel kijken hoe je dit kunt achterhalen. Je hoeft in het bovengenoemde geval niet alles aan de leerkracht te vragen. Wat kun je zien en wat merk je in je dagelijkse routine?

Blijf hierbij inventief en creatief. Denk out of the box en nieuwe manieren om je data te verzamelen. Probeer te voorkomen dat je een (lange) vragenlijst uitzet, maar kijk waar je slimme verbindingen kunt maken naar je dagelijkse routine

Maak keuzes. Wat wil je persé weten en wat is interessant, maar heb je niet nodig. Breng prioriteiten aan.

Zorg dat je meetinstrument objectief is. Kijk wat jezelf kunt doen (en dat het objectief blijft) en kijk wat je beter aan een ander kunt vragen in het kader van objectiviteit.

Voorkom dat je je eigen vlees keurt.



Lees de blogs om je te inspireren. Om het onderzoeksinstrument goed te krijgen, kun je met een groep collega's aan de slag, indien nodig onder begeleiding, met advies van een deskundige. Ik bied deze mogelijkheid in de workshop 'Ontwerp je eigen monitorsysteem'. Deze workshop wordt alleen in-company gegeven, waardoor met de groep gezamenlijk wordt gewerkt aan één meetsysteem dat jullie onderzoeksvragen meet. Op het einde van de dag heb je een blauwdruk van een systeem dat je in kunt zetten om jouw doelen te meten.

Tips voor het ontwerpen van de onderzoeksmethodiek en de planning

- Bepaal aan de hand van je informatiebehoefte wie je iets gaat vragen / observeren. Wie weet het antwoord op jouw vragen.
- Bepaal aan de hand van je informatiebehoefte ook welke vragen je hen gaat stellen, dan wel hoe je gaat observeren. Vaak kun je dingen ook rechtstreeks vragen.
- Breng een heldere structuur aan.
- Alles is meetbaar. Sommige dingen makkelijker dan andere. Je kunt dit zeer uitgebreid doen. Kijk wat nodig en voldoende is voor jouw doel.
- Wees creatief in je methodiek en objectiveer daarna je nieuwe methodiek. Wees niet bang iets nieuws uit te proberen.
- Kijk ook wat deskundigen doen. Misschien heeft iemand het al een keer meetbaar gemaakt en gevalideerd. Beter goed afgekeken, dan slecht zelf bedacht.
- Let hierbij ook op de doelgroep die je gaat bevragen. Veel ouderen zullen moeilijker benaderbaar zijn via internet.
- Door vooraf een nulmeting te doen, kun je de effecten preciezer in kaart brengen. Je kent je startsituatie. Je kunt je effectmeting op korte termijn en op langere termijn vergelijken met de nulmeting. Door te vergelijken kun je effecten van het project, evenement, beleid, activiteit, programma vast stellen en kijken of je dichterbij je doel komt.
- Denk na over andere factoren die invloed hebben op je doel. Hoe kun je deze invloeden uit je metingen filteren? Je wilt ten slotte de effecten van jouw project vastleggen en weten of wat het effect daar van is. Is het bijvoorbeeld nodig dat je ook bij een controlegroep meet?
- Valideer zo nodig je meetinstrument.
- Als je effecten wilt aantonen, zorg dan voor een representatief aantal mensen uit je doelgroep die mee willen werken aan het onderzoek. Dit betekent dat mensen met verschillende achtergrondkenmerken vertegenwoordigd zijn, zoals mannen en vrouwen, verschillende leeftijdsgroepen, etc.
- Laat je niet afleiden door andere vragen die interessant zijn. Vragenlijsten en gespreksprotocollen worden te lang. Je databestand raakt bevuult. Mensen haken sneller af en de kans is groot dat hierdoor met een niet-representatief aantal respondenten achter blijft en een wirwar aan data.

- Betrek je collega's bij waar je mee bezig bent om te zorgen voor meer draagvlak.
- Kies voor kwalitatieve dataverzameling als je meer de diepte in wilt.
- Leg vast hoe je het aanpakt, zoals vragen, observatiepunten of bespreekpunten. Zo kan jij of één van je collega's er op een later moment er weer gebruik van maken.

Interessante blogs over het ontwerpen van de onderzoeksmethodiek en de planning

- ✓ **Hoe maak je containerbegrippen meetbaar?**
<http://www.claudiadegraauw.nl/hoe-maak-je-containerbegrippen-meetbaar/>
- ✓ **Kijken naar outcome i.p.v. output biedt andere mogelijkheden!**
<http://www.claudiadegraauw.nl/kijken-naar-outcome-ipv-output-biedt-andere-mogelijkheden/>
- ✓ **Vormen van publieksonderzoek** <http://www.claudiadegraauw.nl/vormen-van-publieksonderzoek/>
- ✓ **Betrouwbaarheid** <http://www.claudiadegraauw.nl/wat-betekent-betrouwbaarheid/>
- ✓ **Validiteit** <http://www.claudiadegraauw.nl/wat-is-validiteit/>

Fase 3: Veldwerk

1. Hoeveel tijd moet ik inruimen voor mijn veldwerk?
 - A. Twee weken
 - B. Vier weken
 - C. Twee maanden
2. Staan mensen in de rij om mee te werken aan je onderzoek?
 - a. Ik denk dat ik gemakkelijk voldoende respondenten ga vinden.
 - A. Ik weet een aantal mensen die ik graag vraag voor mijn onderzoek, omdat ik hun mening al ken en ze dit wel voor me willen doen.
 - C. Het zal lastig zijn om een representatieve groep respondenten te vinden die niet geselecteerd zijn op mening of voorkeur.
3. Hoeveel observaties/gesprekken/enquêtes moet je hebben?
 - A. Een paar gesprekken of honderd enquêtes
 - B. Weet ik niet
 - C. Dat is afhankelijk van een aantal factoren, zoals de grootte van de onderzoekspopulatie
4. Moet je je gebruikte methode(n) vastleggen?
 - A. Nee, ik weet toch wat ik heb gedaan
 - B. In grote lijnen, als geheugensteuntje
 - C. Ja en ook waarom welke vragen in een interview of vragenlijst worden gesteld
5. Mag je sturen met je vragen en vooraf geformuleerde antwoorden?
 - A. Ja
 - B. Je mag ze best op weg helpen
 - C. Nee, de vragen moeten zo neutraal mogelijk zijn en gesloten antwoorden in een enquête moeten eenduidig zijn, maar wel het hele spectrum beslaan (positief en negatief)

Uitslag

Je hebt vooral A antwoorden gegeven.

Het veldwerk kent allerlei praktische beren, die jij nog niet ziet. Plan je veldwerkperiode ruim en bedenk vooraf welke problemen je mogelijk tegen gaat komen.

Advies

Begin tijdig met het selecteren van je respondenten en hen te benaderen. Groepsgesprekken en interviews moet je ruim van te voren plannen, omdat mensen niet meteen bereikbaar zijn, kunnen beslissen of ze meewerken en tijd hebben.

Licht respondenten goed in wat je van ze wilt, waarom en wat je met de verzamelde informatie gaat doen. Als mensen begrijpen waarom je het onderzoek doet, zijn ze eerder geneigd mee te werken.

Zorg ook voor een back-up plan. Stel dat je niet voldoende respondenten hebt, wat doe je dan? Kun je extra interviews plannen? Ga je mensen bellen om ze te herinneren aan de vragenlijst?

Leg je gesprekken, observaties en enquêtes structureel vast en steeds op dezelfde manier. Maak voor observaties observatieformulieren waarnaar gekeken wordt. Ook een interview of groepsgesprek kent een leidraad met vragen. De gesprekken en observaties verlopen dus volgens een vast stramien, waardoor je steeds op dezelfde manier observeert of een gesprek voert. En steeds dezelfde soort informatie verzameld waardoor je dit kunt vergelijken.

Het aantal enquêtes, observaties, gesprekken is sterk afhankelijk van de grootte van je onderzoekspopulatie, maar ook de gekozen methode. Als je kwantitatief data verzameld met een enquête om een representatieve mening te krijgen, heb je meer ingevulde enquêtes nodig dan wanneer je diepte-interviews houdt, omdat je een bepaald fenomeen wilt verklaren.

Vraag ten slotte zo objectief mogelijk. In vragenlijsten formuleer je de vragen en antwoorden zo objectief mogelijk. Bij gesprekken en observaties zorg je ervoor dat een andere enquêteur of observator in principe dezelfde antwoorden krijgt. Jouw mening telt dus niet mee!

Hoe minder je stuurt en des te objectiever je formuleert, des te waardevoller is de informatie die je krijgt.

Lees de volgende blogs. Hierin staan tips over het uitvoeren van het veldwerk. Overweeg, zeker als je in eerdere fases ook veel A antwoorden hebt gegeven mijn meerdaagse training, waarbij we samen alle stappen van het onderzoek doorlopen en ik je help langs alle beren op de weg.

Je hebt vooral B antwoorden gegeven (of een mix van A en B antwoorden)

Het veldwerk kent allerlei praktische beren, waarvan jij er al een aantal kent. Plan je veldwerkperiode ruim en bedenk vooraf oplossingen voor problemen die je tegen kunt komen.

Advies

Begin tijdig met het selecteren van je respondenten en hen te benaderen. Plan groepsgesprekken en interviews ruim van te voren. Licht respondenten goed in wat je van ze wilt, waarom en wat je met de verzamelde informatie gaat doen. Als mensen begrijpen waarom je het onderzoek doet, zijn ze eerder geneigd mee te werken.

Zorg ook voor een back-up plan. Stel dat je niet voldoende respondenten hebt, hoe ga je ze dan overtuigen dat ze wel meewerken?

Leg de informatie die je verzamelt structureel vast. Steeds op dezelfde manier. Maak hiervoor formulieren, leidraden en instructies voor iedereen die meewerkt aan de data-verzameling. Hierdoor werkt iedereen steeds op dezelfde manier. Door steeds informatie op dezelfde manier te verzamelen, krijg je data die je onderling kunt vergelijken

Het aantal enquêtes, observaties, gesprekken is sterk afhankelijk van de grootte van je onderzoekspopulatie, maar ook de gekozen methode. Als je kwantitatief data verzameld met een enquête om een representatieve mening te krijgen, heb je meer ingevulde enquêtes nodig dan wanneer je diepte-interviews houdt, omdat je een bepaald fenomeen wilt verklaren.

Vraag ten slotte zo objectief mogelijk. In vragenlijsten formuleer je de vragen en antwoorden zo objectief mogelijk. Bij gesprekken en observaties zorg je er voor dat een andere enquêteur of observator in principe dezelfde antwoorden krijgt. Jouw mening telt dus niet mee!

Hoe minder je stuurt en des te objectiever je formuleert, des te waardevoller is de informatie die je krijgt.

Lees de volgende blogs. Hierin staan tips over het uitvoeren van het veldwerk. En aantal tips zullen je bekend voorkomen, andere zullen nieuw zijn voor je. Ik geef een meerdaagse training, waarbij we samen alle stappen van het onderzoek doorlopen. Je leert hierbij zelf onderzoek te doen en aan het einde heb je een onderzoek afgerond. In de toekomst zal het je gemakkelijker af gaan.

Je hebt vooral C antwoorden gegeven

Je weet dat het veldwerk allerlei beren kent, die je tijdig wilt tackelen. Deze problemen worden vaak onderschat. Als je weet wat je kunt verwachten, heb je de oplossing vooraf bedacht. Omdat het soms nodig is alle noodscenario's af te lopen, plan je je veldwerkperiode ruim.

Advies

Begin tijdig met het selecteren van je respondenten. Weet wie je vraagt en waarom. Licht respondenten en andere partijen van wie je medewerking nodig hebt, goed in. Wat moeten ze doen? Wat kost het ze (qua tijdsinspanning)? Waarom is dit onderzoek belangrijk voor je? Wat ga je met de verzamelde informatie doen? Is het anoniem? Krijgen ze terugkoppeling? Als mensen begrijpen waarom je het onderzoek doet, zijn ze eerder geneigd mee te werken.

Zorg ook voor een back-up plan. Stel dat je niet voldoende respondenten hebt, hoe ga je ze dan overtuigen dat ze wel meewerken?

Leg de informatie die je verzamelt structureel vast. Steeds op dezelfde manier. Maak hiervoor formulieren, leidraden en instructies voor iedereen die meewerkt aan de data-verzameling. Hierdoor werkt iedereen steeds op dezelfde manier. Door steeds informatie op dezelfde manier te verzamelen, krijg je data die je onderling kunt vergelijken

Zoals je weet is het aantal enquêtes, observaties, gesprekken sterk afhankelijk van de grootte van je onderzoekspopulatie, maar ook de gekozen methode. Als je kwantitatief data verzameld met een enquête om een representatieve mening te krijgen, heb je meer ingevulde enquêtes nodig dan wanneer je diepte-interviews houdt, omdat je een bepaald fenomeen wilt verklaren.

Vraag ten slotte zo objectief mogelijk. In vragenlijsten formuleer je de vragen en antwoorden zo objectief mogelijk. Bij gesprekken en observaties zorg je er voor dat een andere enquêteur of observator in principe dezelfde antwoorden krijgt. Jouw mening telt dus niet mee!

Hoe minder je stuurt en des te objectiever je formuleert, des te waardevoller is de informatie die je krijgt.

Lees de blogs en zorg ervoor dat je een gedetailleerd plan hebt voor de dataverzameling, inclusief noodscenario's. Instrueer zo nodig je collega's of andere betrokken partijen zo goed mogelijk. Blijf in contact om te weten dat het volgens plan blijft verlopen of of het nodig is één van je noodoplossingen in te zetten. Als je tijdig reageert, is er meestal niets aan de hand.

Tips voor het veldwerk

- Maak formulieren, leidraden en instructies voor iedereen die meewerkt aan de data-verzameling. Hierdoor werkt iedereen steeds op dezelfde manier. Door steeds informatie op dezelfde manier te verzamelen, krijg je data die je onderling kunt vergelijken
- Leg vast hoe je het aanpakt, zoals vragen, observatiepunten of besprekpunten. Zo kun jij of één van collega's er op een later moment weer gebruik van maken. Daarnaast heb je het nodig voor de verantwoording van je onderzoek.
- Leg de verzamelde informatie structureel vast. Steeds op dezelfde manier.
- Zorg voor noodscenario's. Mocht iets niet lukken, heb je de oplossing al klaar.

Interessante blogs over het veldwerk

- ✓ **Evalueren is een gesprek, geen monoloog**
<http://www.claudiadegraauw.nl/evalueren-is-een-gesprek-geen-monoloog/>
- ✓ **Hoe kun je de respons voor een enquête verhogen?**
<http://www.claudiadegraauw.nl/respons-verhogen/>
- ✓ **Welke vragen stel je bij een procesevaluatie?**
<http://www.claudiadegraauw.nl/welke-vragen-stel-je-bij-een-procesevaluatie/>
- ✓ **15 tips voor een goed interview** <http://www.claudiadegraauw.nl/15-tips-voor-een-goed-interview/>
- ✓ **Tips dataverwerking** <http://www.claudiadegraauw.nl/tips-dataverwerking/>

Fase 4: Analyse en rapportage

1. Moet je bij de analyse teruggrijpen naar je onderzoeksvraag en deelvragen?
 - A. Nee, ik rapporteer over de enquêtevragen/observatiepunten/interviewvragen.
 - B. Ik bespreek eerst alle enquêtevragen/observatiepunten/interviewvragen in mijn rapportage en kijk dan of ik mijn onderzoeksvraag kan beantwoorden.
 - C. Ja, ik kijk eerst hoe ik de deelvragen kan beantwoorden en beantwoord daarmee de onderzoeksvraag.
2. Waar moet je op letten tijdens de analyse?
 - A. Rechte tellingen per enquêtevraag/observatiepunt/interviewvraag volstaan
 - B. Rechte tellingen en hier en daar wat kruisverbanden
 - C. Ontdek grote lijnen en ga vervolgens in detail. Let vooral op de deelvragen die je hebt gesteld in fase 1 en de uitwerking daarvan in fase 2.
3. Schrijf je alle resultaten op?
 - A. Ja
 - B. Nee, maar ik behandel wel alle enquêtevragen/observatiepunten /interviewvragen.
 - C. Nee, alleen die informatie waar mijn lezer behoefte aan heeft.
4. Hoe ziet de rapportage eruit?
 - A. Een dik boekwerk met alle informatie, inclusief methoden van onderzoek (=verantwoording)
 - B. Een dik boekwerk met alle informatie, inclusief methoden van onderzoek (=verantwoording) en een managementsamenvatting
 - C. Dat is afhankelijk van mijn lezer: wetenschappers, financiers, collega's, mensen in het veld. En wat ik van hen wil: overtuigen, verandering te weeg brengen, projecten verantwoorden. Mocht er geen behoefte zijn aan een verantwoording, schrijf ik deze wel, zodat ik deze paraat heb als er iemand naar vraagt.
5. Zet ik mijn doelgroep en wat ik van hen wil in de rapportage?
 - A. Nee, ik heb geen specifieke doelgroep of doel met mijn rapportage
 - B. Nee, iedereen mag het lezen en zelf bepalen wat ze er mee doen.
 - C. Ja, ik heb het onderzoek gedaan met een bepaald doel (verantwoorden, overtuigen, veranderen) en ik wil mijn doelgroep (financiers, collega's, andere partijen in mijn werk) graag bereiken.

Uitslag

Je hebt vooral A antwoorden gegeven.

Je hebt veel data verzameld en je wilt alles rapporteren. Het risico hiervan is dat het een wirwar van heel veel informatie wordt die voor een ander onaantrekkelijk is om te lezen.

Advies

Structureer je verhaal aan de hand van de onderzoeksvraag en je deelvragen.

Bespreek de resultaten aan de hand van je deelvragen. Dus deduceer je enquêtevragen/observatiepunten/interviewvragen weer terug naar je deelvragen. Keer wat je in fase 2 hebt gedaan, om.

Houd bij het schrijven je doel en je lezer helder voor ogen.

Je doel: waarom heb je het onderzoek gedaan? Wil je de effecten van je beleid/projecten aantonen en verantwoording afleggen? Dan zul je bewijs moeten geven. Als je je project wilt verbeteren en dus wilt dat je team anders gaat werken, zul je verbeterpunten moeten formuleren. Als je mensen wilt overtuigen van je standpunt, zul je argumenten aan moeten dragen. En als je mensen in beweging wilt brengen, zul je actiepunten aan moeten dragen.

Je lezer of doelgroep: met wie wil je je onderzoeksresultaten delen? Of sterker: wie moeten er kennis nemen van jouw onderzoeksresultaten. Stem daarom je vorm af.

Als je een breed publiek in beweging wilt brengen met je onderzoeksresultaten, moet je anders rapporteren dan wanneer je slechts enkele specialisten wilt overtuigen?

Houd je onderzoeksvraag en deelvragen centraal. Stem vervolgens de vorm en de inhoud van je rapportage af op je onderzoeksdoel en je lezer. Laat je qua rapportagevormen inspireren door mijn onderstaande blog.

Zorg voor de analyse en rapportage voor een coach/sparringpartner die met je mee blijft kijken of je niet verdwaald in de hoeveelheid data die je hebt verzameld.

Ik geef losse begeleiding van onderzoek. Het is ook onderdeel van mijn meerdaagse cursus. Als je in meerdere fases veel A antwoorden hebt gegeven, is dat het overwegen waard. In deze training doorlopen we met een klein groepje cursisten alle fasen van het onderzoek en voeren we het uit met een onderzoek dat jij wilt doen. Op het einde van de cursus heb je dus geleerd hoe je een onderzoek uit moeten voeren en heb je de onderzoeksresultaten klaar om in te zetten binnen jouw organisatie.

Je hebt vooral B antwoorden gegeven (of een mix van A en C antwoorden)

Je hebt veel data verzameld en je hebt de neiging alles te rapporteren. Het risico hiervan is dat het een wirwar van heel veel informatie wordt die voor een ander onaantrekkelijk is om te lezen. Structureer je verhaal aan de hand van de onderzoeksvraag en je deelvragen. En laat zo nodig informatie weg.

Advies

Bespreek de resultaten aan de hand van je deelvragen. Dus deduceer je enquêtevragen/observatiepunten/interviewvragen weer terug naar je deelvragen. Keer wat je in fase 2 hebt gedaan, om.

Houd bij het schrijven je doel en je lezer helder voor ogen.

Je doel: waarom heb je het onderzoek gedaan? Wil je de effecten van je beleid/projecten aantonen en verantwoording afleggen? Dan zul je bewijs moeten geven. Als je je project wilt verbeteren en dus wilt dat je team anders gaat werken, zul je verbeterpunten moeten formuleren. Als je mensen wilt overtuigen van je standpunt, zul je argumenten aan moeten dragen. En als je mensen in beweging wilt brengen, zul je actiepunten aan moeten dragen.

Je lezer of doelgroep: met wie wil je je onderzoeksresultaten delen? Of sterker: wie moeten er kennis nemen van jouw onderzoeksresultaten. Stem daarom je vorm af.

Als je een breed publiek in beweging wilt brengen met je onderzoeksresultaten, moet je anders rapporteren dan wanneer je slechts enkele specialisten wilt overtuigen?

Houd je onderzoeksvraag en deelvragen centraal. Stem vervolgens de vorm en de inhoud van je rapportage af op je onderzoeksdoel en je lezer. Laat je qua rapportagevormen inspireren door mijn onderstaande blog.

Zorg voor de analyse en rapportage voor een coach/sparringpartner die met je mee blijft kijken of je niet verdwaald in de hoeveelheid data die je hebt verzameld.

Ik geef losse begeleiding van onderzoek. Het is ook onderdeel van mijn meerdaagse cursus. Als je in meerdere fases veel A of B antwoorden hebt gegeven, is dat het overwegen waard. In deze training doorlopen we met een klein groepje cursisten alle fasen van het onderzoek en voeren we het uit met een onderzoek dat jij wilt doen. Omdat ik met een kleine groep cursisten werk, kan iedereen op zijn eigen niveau werken. Op het einde van de cursus heb je dus geleerd hoe je een onderzoek uit moeten voeren en heb je de onderzoeksresultaten klaar om in te zetten binnen jouw organisatie.

Je hebt vooral C antwoorden gegeven

Je hebt een duidelijk beeld van hoe je analyse en rapportage eruit gaat zien en laat je niet verleiden om alles te rapporteren. Houd je bij de analyse en rapportage aan je vooraf opgezette structuur en laat je niet verleiden af te dwalen in aantrekkelijke zijpaden.

Advies

Neem je lezer aan de hand mee. Houd hierbij je doel en je lezer helder voor ogen.

Je doel: waarom heb je het onderzoek gedaan? Wil je de effecten van je beleid/projecten aantonen en verantwoording afleggen? Dan zul je bewijs moeten geven. Als je je project wilt verbeteren en dus wilt dat je team anders gaat werken, zul je verbeterpunten moeten formuleren. Als je mensen wilt overtuigen van je standpunt, zul je argumenten aan moeten dragen. En als je mensen in beweging wilt brengen, zul je actiepunten aan moeten dragen.

Je lezer of doelgroep: met wie wil je je onderzoeksresultaten delen? Of sterker: wie moeten er kennis nemen van jouw onderzoeksresultaten. Stem daarom je vorm af.

Als je wilt dat een breed publiek in beweging wilt brengen met je onderzoeksresultaten, moet je anders rapporteren dan wanneer je slechts enkele specialisten wilt overtuigen?

Ga aan de slag en zorg dat je in je rapportage duidelijke actiepunten, verbeterpunten, argumenten aandraagt. Maak de vervolgstap voor je lezer. Vertel hem/haar wat de volgende stap is. Jij bent na de analyse en het schrijven de specialist op dit specifieke onderwerp en weet wat de volgende stap zou moeten zijn.

Zorg voor de analyse en rapportage voor een coach/sparringpartner die met je mee blijft kijken of je niet verdwaald in de hoeveelheid data die je hebt verzameld.

Succes!

Tips voor de analyse en rapportage

- Grijp bij de analyse van je gegevens weer terug naar je vooraf geformuleerde onderzoeksvraag en deelvragen.
- Werk gestructureerd, zodat het onderzoek één geheel blijft en de gevonden antwoorden aansluiten op je onderzoeksvragen.
- Bedenk wie je lezer is en wat je wilt dat hij/zij gaat doen met deze informatie.

Interessante blogs over de analyse en rapportage

- ✓ **8 vormen om je onderzoeksresultaten te verspreiden**

<http://www.claudiadegraauw.nl/8-vormen-om-je-onderzoeksresultaten-te-verspreiden/>

Over Claudia de Graauw



Claudia de Graauw heeft nadat zij bij verschillende onderzoeksbureaus en interne onderzoeksteams heeft gewerkt, haar eigen onderzoeksbureau opgericht. Met dit bureau richt ze zich met name op het meten van effecten. Ze helpt organisaties hun doelen te formuleren en inzichtelijk te maken of het beleid, de projecten die ze uitvoeren bijdragen aan het bereik van dit doel. Hierbij combineert ze wetenschap en praktijk. Hierdoor wordt er praktisch informatie verzameld, waardoor organisaties inzicht krijgen in het effect dat zij sorteren, wat hier wel aan bij draagt en wat niet. Ze leren wat werkt.

De kracht van Claudia ligt in het toegankelijk maken van onderzoek en onderzoeksresultaten. Het vertalen van onderzoeksresultaten in praktisch toepasbare vervolgacties maken standaard uit van een onderzoek. Daarnaast wordt onderzoek begrijpelijk gemaakt met blogs, workshops en cursussen. Claudia vindt het essentieel dat onderzoeksresultaten worden gebruikt en ingezet voor verbetering. Ze onderzoekt en schrijft niet voor de bureaula.

In de loop van de jaren heeft ze ervaring opgedaan bij overheden, belangeninstellingen, zoals techno centra, kenniscentra, vakbonden en andere non-profit organisaties, zoals musea en welzijnsinstellingen. Door werkzaam te zijn in verschillende sectoren kunnen cross-overs gemaakt worden.

Voordat zij als zelfstandig onderzoeker en adviseur werkte, heeft zij voor verschillende organisaties gewerkt, zoals IVA (gerelateerd aan de Universiteit van Tilburg), Dienst Sport en Recreatie van de gemeente Rotterdam, Bureau KLB, RISBO (gerelateerd aan de Erasmus Universiteit Rotterdam) en Cultuurnetwerk Nederland. Bij deze organisaties heeft zij voornamelijk onderzoeken uitgevoerd en geleid naar effecten van beleid en projecten, maar ook naar klanttevredenheid, klantbehoeften en inventarisaties van beleid.

Claudia heeft in 2001 haar studie Kunst- en Cultuurwetenschappen aan de Erasmus Universiteit Rotterdam succesvol afgerond. Sindsdien voert zij zowel kwantitatief als kwalitatief beleidsonderzoek uit en maakt het liefst een combinatie tussen beide. Claudia is organisatorisch sterk en heeft overzicht. Ze is geassocieerd onderzoeker aan de Universiteit van Tilburg.

Inhoudsopgave

Fase 1: Formuleren doel onderzoek en onderzoeksvraag	5
Tips voor het formuleren van het onderzoeksdoel en onderzoeksvraag	9
Interessante blogs over het formuleren van het onderzoeksdoel en onderzoeksvraag	10
Fase 2: Ontwerpen onderzoeks-methodiek en planning	11
Tips voor het ontwerpen van de onderzoeksmethodiek en de planning	17
Interessante blogs over het ontwerpen van de onderzoeksmethodiek en de planning	19
Fase 3: Veldwerk	21
Tips voor het veldwerk	25
Interessante blogs over het veldwerk	26
Fase 4: Analyse en rapportage	27
Tips voor de analyse en rapportage	32
Interessante blogs over de analyse en rapportage	33
Over Claudia de Graauw	35
Inhoudsopgave	36



06 42 88 77 29

Schimmelpenninckstraat 39b 5121 HM Rijen
info@claudiadegraauw.nl www.claudiadegraauw.nl