

Hoe doen wij goed onderzoek?



Invior
full contact



Hoe doen wij goed onderzoek

Voordat wij binnen INVIOOR full contact een onderzoek op kunnen starten, hebben wij een goede onderzoeksvraag nodig. In eerste instantie zal de adviseur tijdens een eerste kennismaking achterhalen wat de opdrachtgever precies wil laten onderzoeken. Vervolgens gaan onderzoekers, ondersteund door de adviseur, hier verder op in en zullen zij de onderzoeksvraag, en de vervolgstappen, verder concretiseren.

Er zijn twee verschillende methoden onderzoeken/onderzoeksvragen: *kwalitatief* en *kwantitatief*. De kracht van onderzoek is dat het niet per definitie uit één van de twee methodes bestaat, maar ook mogelijk gecombineerd kan worden om tot waardevollere inzichten te komen en de onderzoeksvraag beter te kunnen beantwoorden.

Kwalitatief onderzoek

Kwalitatief onderzoek is een onderzoeksmethode waarbij de focus ligt op het begrijpen van gedachten, motivaties en ervaringen van mensen. Kwalitatief onderzoek kan in veel gevallen leiden tot (nieuwe) inzichten. En kan op twee manieren ingezet worden:

- Diepgang: het begrijpen waarom en hoe iets gebeurt. Onderzoekers zoeken naar de achterliggende redenen, gevoelens of overtuigingen die schuilgaan achter gedrag of meningen.
- Exploratief: het breed ophalen van informatie over een bepaald thema. Dit zal het eigen perspectief verbreden en zo een onderzoek vorm kunnen geven.

Kwalitatieve data-verzameling kan gedaan worden middels:

- 1-op-1 gesprekken: persoonlijke gesprekken waarin deelnemers in hun eigen woorden kunnen vertellen over hun ervaringen, meningen en ideeën.
- Observaties: momenten waarop de onderzoeker mensen of situaties in de praktijk bekijkt om te zien hoe dingen écht gaan.
- Interactieve bijeenkomsten: sessies gericht op actieve betrokkenheid van deelnemers. Ze werken samen aan het oplossen van problemen of het ontwikkelen van ideeën, wat kan leiden tot innovatieve en breed gedragen oplossingen.
- Focusgroepen: een groepsgesprek met meerdere deelnemers waarin mensen samen praten over hun ervaringen, ideeën en meningen.

Belangrijke aspecten voor kwalitatief onderzoek

Geloofwaardigheid

Onderzoek moet zo neutraal mogelijk worden uitgevoerd zodat je niks beïnvloedt. Dit kan op verschillende manieren gedaan worden:

- Triangulatie: het gebruiken van meerdere databronnen om een bevinding te controleren en te versterken, waardoor betrouwbaarheid en validiteit van de resultaten wordt verhoogd.
- Datasaturatie: het doorgaan met doen van nieuwe gesprekken en verzamelen van data totdat er geen nieuwe data meer blijkt.
- Memberchecking: het terugkoppelen van de bevindingen naar de deelnemers om te controleren of de juiste bevindingen zijn opgeschreven.



- Reflexiviteit: iedere onderzoeker heeft een eigen referentiekader. De reflexiviteit wil zeggen dat een onderzoeker bewust is dat dit referentiekader er is en dat dit mogelijk invloed heeft op de resultaten.
- Langdurige betrokkenheid: in de meeste gevallen wil een lange tijd in de onderzoekssetting doorbrengen om zo het ware verhaal van de respondenten op te halen.

Representativiteit

Representativiteit in kwalitatief onderzoek betekent dat ervaringen zo volledig en concreet mogelijk worden beschreven, inclusief de context waarin ze plaatsvinden. Het gaat niet om hoeveel mensen iets vinden, maar om het begrijpen van waarom en hoe iets wordt ervaren. Door deze gedetailleerde beschrijvingen kan de lezer zelf bepalen of de inzichten herkenbaar zijn en bruikbaar in een andere situatie.

Betrouwbaarheid

Betrouwbaarheid is het transparant beschrijven van de genomen stappen in het onderzoek van het begin tot eind, maar ook door het toepassen van de geloofwaardigheid en representativiteit. Dit wordt gedaan om de resultaten stapsgewijs te ontwikkelen en te rapporteren. Het bevordert de nauwkeurigheid en validiteit van het onderzoek. Door tussentijds kritisch te kijken naar de huidige opzet, kunnen aanpassingen in onderzoeksopzet gedaan worden die leiden tot nog sterkere resultaten.

Kwantitatief onderzoek

Kwantitatief onderzoek is een onderzoeksmethode die draait om het analyseren van cijfermatige gegevens. Data-verzameling gebeurt aan de hand van vragenlijsten, experimenten en gestructureerde observaties, allen met als doel om meetbare data te verkrijgen. Data die vervolgens statistisch geanalyseerd kan worden en hypothesen die eventueel getoetst kunnen worden.

Belangrijke aspecten voor kwantitatief onderzoek

Representativiteit

Representativiteit verwijst naar de mate waarin de respondenten een goede afspiegeling vormen van de doelgroep. Onze onderzoeken zijn gebaseerd op een steekproef en niet de totale populatie. Om een antwoord te geven op het vraagstuk dat betrekking heeft op de gehele populatie, is het van belang dat de steekproef groot genoeg is en aselect getrokken is, dat er voldoende respons is en dat deze respons niet selectief is. Daarnaast moet de respons gewogen worden om de totale populatie te vertegenwoordigen.

- Aselecte steekproef trekken: ieder lid van een populatie heeft een even grote kans om geselecteerd te worden voor een steekproef
- Voldoende respons: om subgroep analyses te maken, streven we naar een respons van 100 per subgroep.
- Niet selectieve respons: inwoners die wel meedoen aan de raadpleging komen qua kenmerken overeen met de inwoners die niet meedoen. Wanneer toch blijkt dat een specifieke groep inwoners veel meer of minder respons heeft, kan het wegen van de data dit deels oplossen. Het wegen van data is binnen INVIOOR dan ook een standaard onderdeel van de data-analyse.



Betrouwbaarheid

Betrouwbaarheid heeft betrekking op de vraag of en in hoeverre resultaten beïnvloed worden door toevalfouten. De dataverzameling, methode en resultaten zijn betrouwbaar wanneer ze bij een herhaling hetzelfde resultaat zouden opleveren. Een hoge betrouwbaarheid betekent dat de uitkomst niet sterk door toeval wordt beïnvloed. Een voldoende groot aantal respondenten is hierbij belangrijk: hoe groter de steekproef, hoe stabiel de resultaten en hoe kleiner de kans dat toeval de uitkomsten beïnvloedt.

Belangrijke aspecten voor kwalitatief én kwantitatief

Validiteit

Het is belangrijk om te meten wat je daadwerkelijk wilt meten. In ons geval is dat het achterhalen wat er leeft in de maatschappij en meningen op te halen. Het is van belang om te beseffen dat een onderzoek nooit 100% valide is.

Reproduceerbaarheid

Reproduceerbaarheid houdt in data andere onderzoekers het onderzoek op eenzelfde manier kunnen uitvoeren en vergelijkbare resultaten krijgen. Dit vraagt om een duidelijke beschrijving van de onderzoeksopzet, inclusief de vragenlijst, de analysemethode en de gebruikte definities.

Transparantie

Transparantie is een voorwaarde voor de betrouwbaarheid en reproduceerbaarheid. Het houdt in dat een onderzoeker open is over elke stap in het proces. Dit bestaat uit:

- Het delen van de onderzoeksopzet: steekproef, instrument, meetmomenten
- Het documenteren van keuzes en aannames
- Het duidelijk rapporteren van resultaten, inclusief beperkingen en mogelijk bronnen van bias

Objectiviteit

Objectiviteit in onderzoek wil zeggen dat meningen en motivaties van de onderzoekers geen invloed mogen hebben op de uitvoeren en resultaten van het onderzoek. Wanneer een onderzoek niet objectief uitgevoerd is, kan dit ten koste gaan van de algemene betrouwbaarheid.