

PRAKTIJKONDERZOEK

Boom beroepsonderwijs
info@boomberoepsonderwijs.nl
www.boomberoepsonderwijs.nl

Auteur: Cornelia de Ruiter
Coauteur: Nel Verhoeven
Eindredactie: Ger Janssen en Janien Leeuwerke

In deze uitgave is meerdere malen gebruikgemaakt van teksten uit de publicatie Onderzoeken doe je zo! van Nel Verhoeven, uitgegeven door Boom uitgevers Amsterdam. Nel Verhoeven is in Nederland een belangrijke autoriteit als het gaat om praktijkonderzoek. Wij zijn haar dankbaar dat zij als coauteur wilde meewerken bij de totstandkoming van dit keuzedeel.

Verhoeven, N. (2013). Onderzoeken doe je zo! (2e druk). Den Haag, Nederland: Boom Lemma.

Titel: Praktijkonderzoek

ISBN: 978 90 3725 541 6 maakt deel uit van pakket 978 90 3725 543 0

Eerste druk / eerste oplage

Boom beroepsonderwijs 2020

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in compilatiewerken op grond van artikel 16 Auteurswet kan men zich wenden tot de Stichting PRO (www.stichting-pro.nl).

De uitgever heeft ernaar gestreefd de auteursrechten te regelen volgens de wettelijke bepalingen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich alsnog tot de uitgever wenden.

Door het gebruik van deze uitgave verklaart u kennis te hebben genomen van en akkoord te gaan met de specifieke productvoorwaarden en algemene voorwaarden van Boom beroepsonderwijs, te vinden op www.boomberoepsonderwijs.nl.

INHOUDSOPGAVE

1. WERKEN MET DIT KEUZEDEEL	4
2. PROBLEEMSTELLING	6
3. ONDERZOEKSPLAN	34
4. ONDERZOEK UITVOEREN	42
5. GEGEVENS ANALYSEREN	74
6. RESULTATEN PRESENTEREN	97
7. UITDAGING	109

DIGITALE LEEROMGEVING

Bij sommige opdrachten heb je hulpmiddelen nodig. Bijvoorbeeld filmpjes, formulieren of een link naar een website. Deze staan allemaal in de digitale leeromgeving. Dit icoontje  verwijst naar de digitale leeromgeving. Om hier te komen ga je naar digitaal.boomonderwijs.nl/beroepsonderwijs.

Eerste keer inloggen in de digitale omgeving

Voordat je de digitale leeromgeving kunt gebruiken moet je je licentie activeren.

- Overleg met je docent welk type account je gebruikt.
- Ga naar www.boomberoepsonderwijs.nl/licentie.
- Bekijk de instructiefilm of lees het stappenplan.
- Volg de stappen.

Daarna kun je aan de slag!

PRAKTIJKONDERZOEK

Dit keuzedeel gaat over het doen van praktijkonderzoek. Je leert hoe je een onderzoek op kunt zetten en uit kunt voeren en hoe je onderzoeksgegevens kunt analyseren, interpreteren en presenteren. Deze vaardigheden heb je nodig als je na het mbo een hbo-opleiding wilt gaan volgen. Maar ook in het bedrijfsleven. Steeds meer bedrijven verlangen naar een goede onderbouwing bij alles wat gebeurt.

Het uitgangspunt van het keuzedeel is dat je een eigen praktijkonderzoek gaat doen. Dit kan bijvoorbeeld een vraagstelling zijn die aansluit bij je werk of bij je opleiding.



Bekijk het filmpje. Op het hbo is praktijkonderzoek belangrijk. Maar ook op de werkvloer. Denk bijvoorbeeld aan kritisch durven kijken naar de manier waarop er gewerkt wordt. Je observeert dan hoe het nu gaat op de werkvloer. Zoekt naar goede voorbeelden en 'wat werkt' in de literatuur. En geeft op basis daarvan aanbevelingen zodat de manier van werken verbeterd kan worden.

LEERDOELEN

1. Je kent de verschillende fasen van het doen van onderzoek.
2. Je weet hoe je een probleemstelling moet formuleren.
3. Je weet hoe je een onderzoeksplan moet opstellen.
4. Je weet hoe je een onderzoek moet uitvoeren.
5. Je kunt gegevens voor het onderzoek verzamelen.
6. Je kunt gegevens voor het onderzoek analyseren en interpreteren.
7. Je kunt een conclusie trekken en deze beargumenteren.
8. Je kunt onderzoeksgegevens presenteren.

Dit keuzedeel bestaat uit:

- *Theorie, begrippen en opdrachten*

Hierbij leer je over en oefen je met de praktijk. In sommige opdrachten werk je aan beroepsproducten, deze opdrachten herken je aan .

De beroepsproducten in dit keuzedeel zijn:

- *onderzoeksonderwerp*
- *verzamelde informatie*
- *interview*
- *probleemstelling*
- *deelvragen*
- *onderzoeksplan*
- *logboek*
- *tijdsplanning*
- *populatie en steekproef*
- *enquête*
- *enquêteresultaten*
- *interview*
- *analyse onderzoeksgegevens*
- *conclusies en aanbevelingen*
- *onderzoeksverslag*
- *infographic.*

- *Test je kennis*

Hiermee kun je zelf je kennis van de theorie testen.

- *Uitdaging*

Dit is het eindproduct en de afronding van het keuzedeel. Hier werk je gedurende het hele keuzedeel naartoe. En hier word je op beoordeeld.

In de uitdaging van dit keuzedeel presenteer je de bevindingen van het praktijkonderzoek dat je gedurende dit keuzedeel uitvoert.

- *Theorietoets*

Je docent besluit of je ter afsluiting een theorietoets maakt.

In dit hoofdstuk maak je kennis met het doen van onderzoek. Je leert welke fases er bij het doen van onderzoek zijn. En hoe je tot een duidelijke probleemstelling komt. Je legt de basis van je praktijkonderzoek.

Let op!

In ieder hoofdstuk werk je aan je eigen praktijkonderzoek. Spreek met je docent/begeleider af wanneer je welk onderdeel van je praktijkonderzoek oplevert.

AAN HET EIND VAN DIT HOOFDSTUK

1. weet je wat het doel is van het doen van praktijkonderzoek
2. ken je de verschillende fasen bij het doen van onderzoek
3. weet je hoe je je opdrachtgever moet benaderen
4. weet je hoe je een vooronderzoek moet houden
5. kun je informatie vergaren over het onderwerp
6. kun je een heldere probleemstelling formuleren
7. kun je deelvragen formuleren
8. kun je een doelstelling formuleren.



OPDRACHT 1 Aanpakken onderzoek

Je kunt eigenlijk alles waar je een vraag over hebt onderzoeken.

Bekijk de twee situaties hierna. Geef per situatie antwoord op de volgende vragen:

1. Wat is het probleem/vraagstuk?
2. Welke informatie heb je nodig?
3. Welke informatie ga je verzamelen, vergelijken en analyseren?
4. Wat is het resultaat/de conclusie?

- a. Je wilt weten welke cijfers je minimaal nodig hebt om te slagen voor je examen.
- b. Je wilt een vervolgopleiding kiezen maar je weet nog niet welke.

OPDRACHT 2 Vaardigheden

Wil je praktijkonderzoek doen dan is het handig dat je beschikt over een aantal vaardigheden die hier bij passen. Je hoeft ze niet allemaal perfect te beheersen maar het is goed te weten welke eigenschappen en vaardigheden passen bij het doen van onderzoek.

Aan welke vaardigheden, eigenschappen en persoonskenmerken denk jij bij het doen van onderzoek? Schrijf er zo veel mogelijk op.

THEORIEBRON PRAKTIJKONDERZOEK

Praktijkonderzoek is: 'Onderzoek dat wordt uitgevoerd bij organisaties, bedrijven en instellingen, waarbij op een systematische wijze antwoorden worden verkregen uit vragen die ontstaan in de eigen beroepspraktijk en die gericht zijn op verbetering.'

Bron: Peeters, W. (2016, 1 december). Het doen van praktijkonderzoek: de onderzoekscyclus, tips en bronnen - Vernieuwonderwijs. Geraadpleegd 15 juni 2019, van <https://www.vernieuwonderwijs.nl/het-doen-van-praktijkonderzoek>.

Onderzoek

Iets onderzoeken doe je vaker dan je denkt. Je hebt een vraag, verzamelt informatie en trekt een conclusie. Meestal gebeurt dit heel snel, en heb je zonder dat je er erg in hebt al een antwoord op je vraag. Het verschil met het systematisch doen van onderzoek is dat je het in logische stappen doet en goed nadenkt over de te zetten stappen. Dit kan bij ieder onderzoek, of het nu groot of klein is.

Het doen van onderzoek kun je zien als het boeken van een reis. Als je een reis gaat maken, bereid je deze eerst voor. Je verzamelt informatie over waar je naartoe wilt en hoe je er wilt komen. Je pakt je spullen in, maakt lijstjes en regelt iemand die voor je dieren of planten zorgt. Dan ga je de reis écht maken. Na afloop van de reis kijk je terug met behulp van foto's. Bij onderzoek bereid je je ook voor, je doet vooronderzoek, je schrijft een voorstel, je voert het onderzoek uit en dan kijk je terug met behulp van het onderzoeksverslag. De fasen die je hierin doorloopt zijn gelijk.

Onderzoek begint dus met een probleem, of misschien moet je zeggen een kans. Een **probleem** is een verschil tussen de huidige situatie en de gewenste situatie. Onderzoek levert kennis en inzichten op die de overgang naar de gewenste situatie mogelijk maken.

Doel van praktijkonderzoek

Je doet praktijkonderzoek omdat je zelf een vraagstuk wilt oplossen of omdat je de opdracht krijgt naar een specifiek probleem te kijken.

Het doen van onderzoek kan verschillende doelstellingen hebben:

- verkennend of exploratief
- beschrijvend
- toetsend of verklarend
- vergelijkend
- ontwerpend.

SOORT ONDERZOEK	OMSCHRIJVING	VOORBEELD
Verkennend of exploratief onderzoek	Hiermee ga je het onderzoeksprobleem beter leren begrijpen. Je bent op zoek naar verbanden. Dit is ook de betekenis van exploratief. Hierbij kijk je naar meerdere factoren die een rol kunnen spelen. Dit is vaak kwalitatief onderzoek.	De ene locatie van de autodealer verkoopt aanzienlijk minder auto's dan een andere locatie.
Beschrijvend onderzoek	Onderzoek waarbij je een situatie in kaart wilt brengen. Je hebt vaak nog weinig voorkennis. Het gaat hier vaak om kwantitatief onderzoek.	Een supermarkt wil graag weten hoe het met de klantbeleving zit.
Toetsend of verklarend onderzoek	Dit onderzoek gaat voornamelijk over 'waarom'-vragen. Je toetst bijvoorbeeld of theorie of stelling. Of je kijkt of iets het gewenste effect heeft gehad.	Een verkoopafdeling wil weten of ze meer klanten kunnen trekken door het inzetten van social media.
Vergelijkend onderzoek	Bij dit type onderzoek meet je het effect van verschillende situaties of groepen. Je vergelijkt zaken met elkaar en trekt hier conclusies over. Daarbij gebruik je wel dezelfde meetwaarden.	Een school wil graag weten wat de verschillend zijn tussen de lesmethoden van uitgever X en Y voor het vak Engels.
Ontwerponderzoek	Bij dit type onderzoek draait het om ontwerpen en onderzoeken. Je bedenkt een oplossing voor een probleem en onderzoekt of dit het gewenste effect heeft.	Een opleidingsinstituut wil gebruik gaan maken van een nieuw evaluatieformulier voor cursisten om zo beter in te kunnen springen op verbeteringen.

OPDRACHT 3 Soort onderzoek

Praktijkonderzoek kent verschillende doelen.

- a. Wat wordt er bedoeld met beschrijvend onderzoek?
- b. Wat wordt er bedoeld met verkennend onderzoek?
- c. Wat wordt er bedoeld met verklarend onderzoek?
- d. Zoek in de krant of op internet een artikel over een onderzoeksresultaat. Waar gaat het onderzoek over?
- e. Geef aan of het hier gaat om een exploratief onderzoek, beschrijvend onderzoek of toetsend onderzoek. Leg uit waarom.

THEORIEBRON ONDERZOEKSFASEN

Het doen van onderzoek bestaat uit verschillende stappen. Deze stappen noem je ook wel de **onderzoeksfasen**. Aan het eind van iedere fase reflecteer je wat je gedaan hebt, waar je nu staat en hoe je verder moet. Je stelt jezelf de vragen:

- Zit ik nog op het juiste spoor?
- Moet ik iets veranderen?
- Waar wil ik ook alweer naar toe?
- Wat is de onderzoeksvraag ook al weer?
- Is de planning nog haalbaar?

Je stelt je zelf steeds vragen omdat er gedurende het onderzoek van alles kan veranderen.

Een goed voorbeeld van een onderzoeksmethode is die van Migchelbrink. Migchelbrink heeft de volgende onderzoeksfasen gedefinieerd:



Onderzoeksfasen volgens Migchelbrink.

Fase 0: Oriëntatiefase en probleemanalyse

Je start met de oriëntatiefase en met de probleemanalyse. Dat wil zeggen je krijgt een vraagstuk of je opdrachtgever komt met een te onderzoeken probleem. Het is aan jou om te achterhalen of het inderdaad een probleem is en wat er onderzocht moet worden. Bijvoorbeeld je docent geeft aan dat studenten ongemotiveerd zijn, dan kun je als eerste de vraag stellen 'Waar blijkt dit uit? Het kan namelijk best zijn dat de studenten wel gemotiveerd zijn, maar dat de docenten niet goed weten hoe zij de studenten actief kunnen laten meedoen tijdens de les. Vaak is er een probleem achter het probleem. In deze fase probeer je het probleem zo duidelijk mogelijk te krijgen.

Fase 1: Vraagstelling en doelstelling

Na de analyse van het probleem is het belangrijk om de doelstelling van het onderzoek duidelijk te krijgen. In de **doelstelling** formuleer je wat het onderzoek moet opleveren. Wat wil je met het onderzoek bereiken? En wat gaat je opdrachtgever met de resultaten doen?

In deze fase verken je het onderzoek ook op haalbaarheid. Stel je daarbij bijvoorbeeld de volgende vragen:

- Is er een duidelijke onderzoeksvraag en is het probleem helder?
- Is de doelstelling realistisch en haalbaar binnen de beschikbare tijd?
- Doe je het onderzoek in opdracht van iemand anders of voor jezelf?
- Is er goede en betrouwbare informatie voor je onderzoek beschikbaar?
- Is duidelijk aan welke eisen het onderzoek moet voldoen?
- Is duidelijk op welk gebied het onderzoek betrekking moet hebben?

Vervolgens kun je literatuur verzamelen en analyseren. Dit noem je **literatuuronderzoek**. Je kunt hierbij denken aan artikelen die over het onderwerp zijn geschreven, goede voorbeelden van andere organisaties, eerder onderzoek over 'wat werkt' of belangrijke factoren die meespelen als het gaat om het onderwerp.

Aan de hand daarvan formuleer je je onderzoeksvraag. Een goede onderzoeksvraag is essentieel. Soms kun je een onderzoeksvraag splitsen in een hoofdvraag en deelvragen. Hoe preciezer je onderzoeksvraag, hoe beter je onderzoeksresultaat. Het is daarom verstandig om tijd te besteden aan een goede onderzoeksvraag en goede deelvragen.

Invoeren nieuwe technologie

Stel, je wilt onderzoeken wat het beleid is met betrekking tot het invoeren van nieuwe technologie in een bedrijf of instelling. Je onderzoeksvraag zou kunnen zijn: 'Wat is het beleid met betrekking tot nieuwe technologie?' Deze vraag is erg breed en ruim gesteld. Je zou deze onderzoeksvraag verder kunnen preciseren in een aantal andere onderzoeksvragen.

Bijvoorbeeld: 'Welke voorwaarden worden gesteld bij de toepassing van nieuwe technologie?' of 'Wat mag nieuwe technologie kosten en wie betaalt het?'

Hoog ziekteverzuim

Stel, een zorginstelling in Bodegraven kent een hoog ziekteverzuim onder het personeel. Hierdoor is er minder toereikende zorg voor de bewoners. Niet zieke collega's krijgen extra werkdruk en ook onder hen begint de stress op te lopen. Je onderzoeksvraag zou kunnen zijn: Hoe kan de stress worden verminderd bij het personeel van de zorginstelling? Is deze vraag een antwoord op het probleem? De vraag is te breed gesteld.

Beter is: 'Op welke wijze kan de zorginstelling het ziekteverzuim terugdringen?' of 'Wat is de oorzaak van het hoge ziekteverzuim bij de zorginstelling en wat kan eraan gedaan worden?'

Fase 2 en 3: Onderzoeksmethode

Vervolgens kom je aan bij de **onderzoeksmethode**. Dat betekent dat je plannen maakt en je onderzoeksvoorstel schrijft. Je geeft aan hoe je het onderzoek wilt gaan uitvoeren. Kies een onderzoeksmethode die past bij het onderwerp of de probleemstelling. Denk bijvoorbeeld aan: deskresearch, literatuuronderzoek, enquête, interview, observaties enzovoort.

Soms gebruik je meerdere onderzoeksmethoden. Als je bijvoorbeeld onderzoek doet naar het beleid van een bedrijf of instelling met betrekking tot nieuwe technologie, dan zou je kunnen beginnen met zoeken naar informatie bij het bedrijf zelf, dit noem je **deskresearch**. Je kijkt op de website van het bedrijf of instelling en leest bijvoorbeeld het jaarverslag. Misschien is er ook een beleidsplan dat je zou kunnen lezen. Aan de hand van wat je hebt gelezen kun je je interviewvragen opstellen om medewerkers of directie van het bedrijf of instelling te interviewen.

Ook belangrijk bij de onderzoeksmethode: dat je aangeeft hoe betrouwbaar en valide het onderzoek is.

Betrouwbaar wil zeggen dat het onderzoeksresultaat zo dicht mogelijk tegen de werkelijke situatie aan zit. Wanneer het onderzoek zou worden herhaald, komen dezelfde resultaten naar voren. **Validiteit** zegt iets over de inhoud: wordt er gemeten wat de bedoeling is en zijn er geen bewuste fouten gemaakt?

Fase 4: Gegevens verzamelen

In deze fase verzamel je de informatie. Hoe je dit doet, is natuurlijk afhankelijk van de onderzoeksmethode waar je voor hebt gekozen. Je neemt vragenlijsten af of je houdt interviews, je observeert mensen of je doet een experiment.

Fase 5: Gegevens verwerken

In deze fase verwerk je de gegevens. Eerst geef je de uitkomsten van de enquêtes of interviews weer. Dit gebeurt zo feitelijk mogelijk. Dingen die opvallen of een mening die je hebt komen hier nog niet naar voren. Je verwerkt de gevonden informatie, indien relevant, in tabellen en/of grafieken. Deze verwerkte informatie gebruik je om voorlopige antwoorden te formuleren op je onderzoeksvragen en deelvragen. Aan de hand van de antwoorden op de deelvragen formuleer je de eerste conclusies van het onderzoek.

In de discussie worden vaak de opvallende resultaten gekoppeld aan de literatuur. Komt de bron die je hebt gebruikt overeen met jouw bevindingen? Staan er belangrijke zaken in de literatuur die niet naar voren zijn gekomen in de enquêtes of interviews? Hier gebruik je altijd een kritische blik, zodat de verbeterpunten voor de opdrachtgever/werkgever zichtbaar worden. Uiteindelijk kun je hier in de aanbevelingen op doorgaan en geef je extra suggesties.

Fase 6: Rapporteren en presenteren

De resultaten van je onderzoek kun je op meerdere manieren presenteren. Op welk wijze je de resultaten presenteert, is afhankelijk van je doelgroep en het soort onderzoek. Soms presenteert je de resultaten op meerdere manieren. Bijvoorbeeld met een presentatie en een onderzoeksverslag.

Presenteer de resultaten van je onderzoek op een manier die bij je onderzoek past. Hiervoor heb je de keus uit diverse vormen.

PROBLEEMSTELLING

Bijvoorbeeld:

- een schriftelijk advies
- een column
- een artikel in een tijdschrift
- een weblog
- een onderzoeksverslag.

Soms is het nodig de resultaten mondeling te presenteren. Ook hier heb je de keus voor verschillende presentatievormen. Houd je een PowerPoint-presentatie of gebruik je een poster? Laat dit afhangen van je **doelgroep** en wat het best past bij je onderzoek.

OPDRACHT 4 Mindmap onderzoeksfasen

Een onderzoek bestaat uit verschillende fasen.



a. Bekijk het filmpje. Er wordt een aantal stappen genoemd dat hoort bij de verschillende onderzoeksfasen.



b. Maak een mindmap van de onderzoeksfasen. Zet het woord 'praktijkonderzoek' in het midden van je mindmap en verzin zo veel mogelijk begrippen, acties en werkzaamheden die horen bij de verschillende onderzoeksfasen. Verwerk hierin ook de dingen die in de film worden genoemd. Je kunt hierbij gebruikmaken van de website.

c. Welke vormen van onderzoek zie je terug in de film?

THEORIEBRON ONDERZOEKSMETHODEN

Voor het verrichten van een onderzoek kan onderscheid worden gemaakt tussen kwalitatieve en kwantitatieve methoden. De keuze van de onderzoeksmethode is afhankelijk van de informatie die je wenst te verkrijgen.

Kwantitatief onderzoek

Bij **kwantitatief onderzoek** worden gegevens in de vorm van cijfers (getallen) verzameld. Je verkrijgt hierdoor cijfermatig inzicht dat je bijvoorbeeld in procent kunt uitdrukken. Bij kwantitatief marktonderzoek gaat het je om de statistieken. De groep waaraan je vragen stelt is nu groter, maar voor doorvragen is geen ruimte. Kwantitatief marktonderzoek geeft een cijfermatig inzicht, geen diepgaande informatie. Je kunt wel heel goed verhoudingen weergeven.

Kwantitatief onderzoek kan door middel van de volgende methoden worden uitgevoerd.

- schriftelijk onderzoek
- telefonisch onderzoek
- online onderzoek.

Kwalitatief onderzoek

Bij **kwalitatief onderzoek** worden geen cijfermatige gegevens verzameld, maar teksten, waarnemingen en dergelijke. Je kunt een kwalitatief onderzoek houden wanneer er meer diepgaande informatie nodig is. Bijvoorbeeld het vragen naar een mening. Je vraagt door, want je wilt inzicht krijgen. Kwalitatief onderzoek geeft een beeld van de wensen, ervaringen, meningen of behoeften van de doelgroep. Bij kwalitatief onderzoek kun je gebruikmaken van:

- interview
- groepsdiscussie
- **respondenten** (iemand die een enquête beantwoordt) werven voor kwalitatief onderzoek
- observatie.

Deskresearch

Deskresearch is onderzoek doen naar al beschikbare gegevens ten behoeve van je probleemstelling. Denk hierbij aan bronnenonderzoek, literatuuronderzoek, informatie uit databases, jaarverslagen, krantenartikelen, boeken enzovoort. Deze informatie noem je ook wel secundaire informatie.

Fieldresearch

Bij **fieldresearch** ga je zelf informatie verzamelen. Dit doe je door je eigen onderzoek op te zetten en uit te voeren. Deze gegevens noem je primaire gegevens. Veelgebruikte onderzoekstechnieken bij fieldresearch zijn:

- interview
- enquête
- observatie
- experiment.

Bij de meeste onderzoeken vindt er een combinatie van field- en deskresearch plaats. Voordat je aan je fieldresearch begint wil je namelijk eerst weten wat er speelt, zodat je hier op voort kunt bouwen.

Vergelijking tussen field- en deskresearch

DESKRESEARCH	FIELDRESEARCH
Je bent afhankelijk van de gegevens die beschikbaar zijn.	Je kunt precies onderzoeken wat je wilt weten.
De herkomst van de gegevens is soms niet altijd transparant of betrouwbaar.	Hetgeen je direct waarneemt is meestal betrouwbaarder en beter te verantwoorden.
Het kost minder tijd om uit te voeren.	Het is arbeidsintensief, kost veel werk en tijd.
Je bent niet afhankelijk van mensen die je wilt enquêteren (respondenten).	Je bent vaak afhankelijk van medewerking van mensen die je wilt enquêteren (respondenten).

Online onderzoek

Het doen van online onderzoek is de laatste jaren steeds populairder geworden. Het is een vorm van fieldresearch waarbij je je onderzoek uitvoert via het internet.

De voordelen zijn:

- Het is snel.
- Je kunt het multimediaal inzetten (Denk aan afbeeldingen, filmpjes enzovoort).
- Het is goedkoop.

- Het is gebruiksvriendelijk. (De respondent kan zelf bepalen wanneer de vragenlijst in te vullen.)
- Geen **interview-bias**. (Dat wil zeggen: je kunt antwoorden niet onbewust sturen zoals bij een persoonlijk interview.)
- Er worden minder fouten gemaakt.
- De antwoorden zijn vaak eerlijker.

De nadelen zijn:

- Het is technisch wat lastiger. Je moet wel beschikken over de juiste software.
 - De identiteit van de respondent is niet altijd betrouwbaar.
 - Kans op een lagere respons.
-

OPDRACHT 5 Over praktijkonderzoek doen

Bij praktijkonderzoek kun je gebruikmaken van desk- en fieldresearch.

Maak een poster over praktijkonderzoek. Geef antwoord op de volgende vragen:

1. Wat is praktijkonderzoek?
2. Wanneer doe je praktijkonderzoek?
3. Wat is deskresearch? Wat zijn de voor- en nadelen?
4. Wat zijn voorbeelden van bronnen die je kunt gebruiken voor deskresearch?
5. Wat is fieldresearch? Wat zijn de voor- en nadelen?
6. Welke vier soorten van fieldresearch zijn er?
7. Waarom is het doen van praktijkonderzoek belangrijk?

Zoek eventueel extra informatie op internet.

OPDRACHT 6 Verschil kwalitatief en kwantitatief

Er bestaan verschillende methoden om informatie te achterhalen. Zo kun je een kwantitatief onderzoek doen, maar ook een kwalitatief onderzoek. Maar wat is nu eigenlijk het verschil?

- a. Wat is kwalitatief onderzoek?
- b. Wat is kwantitatief onderzoek?

OPDRACHT 7 Welke onderzoeksmethode kies je?

Je kunt kiezen voor een kwalitatief onderzoek of voor een kwantitatief onderzoek, een combinatie is ook mogelijk!

Welke vorm(en) van onderzoek is het meest geschikt in de volgende situaties? Leg je antwoord uit.

- a. Een onderzoek naar de multiculturele diversiteit bij de publieke omroep.
- b. Een onderzoek naar de reden waarom mensen naar een budgetvoorlichting van het NIBUD komen.
- c. Een onderzoek naar het aantal buurtbewoners dat gebruikmaakt van de gemeentelijke minimavoorzieningen.
- d. Is een interview afnemen een kwantitatieve of een kwalitatieve vorm van onderzoek?

- e. Is een enquête afnemen een kwantitatieve of een kwalitatieve vorm van onderzoek?

THEORIEBRON ONDERZOEKSONDERWERP KIEZEN

Onderwerp

Er zijn grofweg twee manieren hoe je aan een onderwerp voor je praktijkonderzoek kunt komen:

1. Bij een onderzoeksproject voor je opleiding kies je een geschikt onderwerp. Soms is er een lijst met onderwerpen waaruit je een keuze kunt maken. Soms kun je ook zelf een voorstel indienen. Het onderwerp moet dan voldoen aan een aantal voorwaarden binnen je opleiding.
2. Er komt een verzoek van een opdrachtgever om onderzoek te doen naar een bepaald probleem. Bijvoorbeeld bij het bedrijf of de instelling waar je werkt. Je kunt dan niet zelf het onderwerp te kiezen.

Aanleiding

Je gaat niet zomaar een onderzoek doen. Meestal is er een **aanleiding** om dit te doen. Bijvoorbeeld, het hoort bij je opleiding of je krijg een opdracht op je werk.

Als je de volgende vragen kunt beantwoorden, kun je ook de juiste aanleiding voor je onderzoek opschrijven. Dan ben je weer een stap verder.

1. Waarom kies ik voor dit onderwerp?
2. Wat is precies het onderwerp van mijn onderzoek?
3. Is het onderwerp goed te onderzoeken?
4. Welk belang heeft mijn onderzoek?

Uitvoerbaarheid

Je kunt van alles willen onderzoeken of je kunt de opdracht krijgen een onderwerp te onderzoeken, maar het moet ook uitvoerbaar zijn. Het is belangrijk om aan het begin van het onderzoek na te denken over de **uitvoerbaarheid**. Er zijn vier factoren die hierbij een rol spelen:

1. tijd
2. geld
3. bereidheid van mensen mee te werken
4. bereikbaarheid van bronnen en bestaand materiaal.

Tijd

Wanneer je een onderzoek doet, is het goed om van tevoren een tijdsplanning te maken. Vraag bijvoorbeeld wanneer het onderzoek afgerond moet zijn en reken dan terug. Zo kun je kijken of je een realistische tijdsplanning kunt maken. Dit voorkomt dat je je onderzoek niet op tijd kunt afronden. Dit is niet alleen lastig voor jezelf maar ook voor je opdrachtgever.

Geld

Kijk of er genoeg financiële middelen zijn om onderzoek te kunnen uitvoeren. Als bij aanvang van het onderzoek al blijkt dat het financieel niet haalbaar is, dan is het zonde van de energie om ermee door te gaan. Maak dus voorafgaand aan het onderzoek een voorlopige begroting van eventuele kosten. Leg deze ook voor aan je opdrachtgever.

Bereidheid van mensen om mee te werken

Voor het doen van onderzoek heb je vaak andere mensen nodig. Denk aan het houden van interviews of een enquête. Een onderzoek staat of valt met de bereidheid van mensen om aan het onderzoek mee te werken, of met de mogelijkheid om de door jou gewenste bestaande materialen te verzamelen. Vraag je af of er voldoende mensen bereid zijn om aan het onderzoek mee te doen. Als je er geen animo is of mensen zien het nut er niet van in of niemand reageert op je enquête dan heeft je onderzoek weinig zin.

Bereikbaarheid van bronnen en bestaand materiaal

Stel, je wilt door middel van een enquête een bepaalde **doelgroep** vragen stellen. Hoe kom je aan hun gegevens? Heb je zomaar een bestand met namen tot je beschikking? En zijn er mensen te vinden in een bepaalde doelgroep? Ga eerst kijken hoe je mensen kunt benaderen voordat je je onderzoek start. Hetzelfde geldt voor materiaal. Mag je zomaar alle bestanden gebruiken? Kun je ze overal opvragen? En kost het geld? Gaat het om vertrouwelijke informatie?

OPDRACHT 8 Uitvoerbaar onderzoek

Er zijn verschillende factoren van invloed op de uitvoerbaarheid van onderzoek.

- a. Welke vier factoren zijn van invloed op de uitvoerbaarheid van onderzoek?
- b. Geef van alle vier de factoren een voorbeeld hoe zij de uitvoerbaarheid beïnvloeden.

THEORIEBRON DE OPDRACHTGEVER

Praktijkonderzoek doe je vaak in opdracht van iemand; een **opdrachtgever**.

Wensen opdrachtgever

Een organisatie heeft een vraag die met behulp van een onderzoek beantwoord kan worden. Ga je voor de eerste keer met je opdrachtgever in gesprek, dan bespreek je alle wensen. Zorg dat je deze zorgvuldig vastlegt. Je opdrachtgever heeft tenslotte een doel met het houden van een onderzoek. Bijvoorbeeld hoe kun je de klantvriendelijkheid van de organisatie verbeteren. Hij vraagt jou door het houden van een onderzoek een advies uit te brengen over hoe dat het best kan.

Probleem achter het probleem

Je opdrachtgever kan je een probleem of vraagstuk voorleggen. Maar is het probleem wat je opdrachtgever je voorlegt echt het daadwerkelijke probleem? Stel, een organisatie vindt dat op een bepaalde afdeling niet goed gewerkt wordt en wil dat de medewerkers beter gaan presteren. Maar werken de werknemers echt zo slecht? Of kan de afdelingsmanager het team niet goed aansturen? Aan jou om eerst helder te krijgen wat het probleem nu exact is. Soms is de doelstelling dieper verborgen.

Veiligheid op school

Stel, er wordt je gevraagd de veiligheid op school te onderzoeken. Dat klinkt interessant. Maar wat wordt er dan bedoeld met het begrip 'veiligheid'? Is dit het veilig van huis naar school kunnen fietsen? Of wordt hiermee bedoeld een veilig klimaat op school? Geen drugs? Docenten die een veilige omgeving bieden?

Het is dus een breed begrip wat je eerst moet afbakenen. Daarvoor ga je in gesprek met je opdrachtgever. Wat verstaat hij onder veiligheid en wat moet dan precies onderzocht worden? Pas dan kun je helder krijgen hoe je je onderzoek uit moet gaan voeren.

Onafhankelijk en objectief blijven

Je opdrachtgever heeft altijd een bepaald doel met het houden van een onderzoek. Probeer altijd te achterhalen wat het werkelijke doel is van het onderzoek. Als je zomaar aan de slag gaat zonder het werkelijk doel van het onderzoek te achterhalen, heb je kans op het ontstaan van misverstanden en loop je het risico dat het onderzoek niet naar tevredenheid wordt uitgevoerd. Wat het doel ook is, blijf altijd onafhankelijk en objectief.

Tips

De volgende tips kunnen je helpen bij het goed omgaan met je opdrachtgever:

- Wees goed voorbereid! Zorg dat je de organisatie van je opdrachtgever kent.
- Zet jezelf geloofwaardig (overtuigend) neer. Laat zien dat je kennis van zaken hebt.
- Luister goed en vraag door. Dit heet 'actief luisteren'.
- Schrijf je ervaringen van het eerste gesprek met de opdrachtgever op! Achteraf kun je nog eens terugkijken naar deze eerste indrukken.
- Probeer geen gelijk te krijgen, ook al heb je het.
- Blijf objectief en kritisch naar het onderwerp kijken.
- Zorg dat voor beide partijen duidelijk is wat de bedoeling van het onderzoek is.
- Zorg dat jullie weten wat je van elkaar kunt verwachten.
- Maak tijdens het eerste gesprek goede afspraken met de opdrachtgever.
- Vraag je serieus af of je antwoord kunt geven op de vraag van de opdrachtgever, en zo ja, hoe? Met andere woorden: wat is de aanleiding van het onderzoek? Is het te onderzoeken? Durf ook nee te zeggen!
- Werk een helder onderzoeksvoorstel uit.

OPDRACHT 9 Praktijkonderzoek - Onderzoeksonderwerp [BP]

Tijd om na te denken over het onderwerp van je eigen praktijkonderzoek.



- a. Bekijk het filmpje.

Let op!

In het filmpje worden alleen waarom-vragen gebruikt. Een onderzoeksvraag kan uiteraard ook met een ander vraagwoord beginnen.



- b. Bepaal nu het onderwerp van je praktijkonderzoek. Je kunt hierbij het Document Onderwerp kiezen gebruiken. Je onderwerp kan aansluiten bij je opleiding, bij de opdracht die je van je docent of via je werk krijgt of je komt zelf met een onderwerp dat je wilt onderzoeken.
- c. Maak een voorstel voor je onderwerp. Beantwoord daarvoor de vier vragen die je kunt stellen om de aanleiding van je onderzoek helder te krijgen.
- d. Check of de gekozen onderzoeksonderwerp uitvoerbaar is.
- e. Leg je het onderwerp van je onderzoek voor aan je docent of leidinggevende en vraag of hij akkoord gaat.