

Bedankt voor het downloaden van dit artikel. De artikelen uit de (online)tijdschriften van Uitgeverij Boom zijn auteursrechtelijk beschermd. U kunt er natuurlijk uit citeren (voorzien van een bronvermelding) maar voor reproductie in welke vorm dan ook moet toestemming aan de uitgever worden gevraagd.

Boom

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 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 enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikelen 16h t/m 16m Auteurswet 1912 jo. Besluit van 27 november 2002, Stb 575, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoeding te voldoen aan de Stichting Reprorecht te Hoofddorp (postbus 3060, 2130 KB, www.reprorecht.nl) of contact op te nemen met de uitgever voor het treffen van een rechtstreekse regeling in de zin van art. 16l, vijfde lid, Auteurswet 1912.

Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/pro).

No part of this book may be reproduced in any way whatsoever without the written permission of the publisher.

info@boomamsterdam.nl
www.boomuitgeversamsterdam.nl

ESSAY, DEBAT EN DIALOOG

Deze rubriek is een forum voor debat over kwesties die betrekking hebben op kwalitatieve methodologie. Wie een idee heeft voor een thema of reactie wil leveren op een eerder verschenen stuk, vragen wij contact op te nemen met Fred Wester: f.wester@maw.ru.nl.

Kwalitatief onderzoek in het businessdomein: een deductieve aanpak verdient vaak de voorkeur

*Edward Groenland**

Een inductieve versus een deductieve onderzoeks aanpak

Een onderzoeker die een kwalitatief praktijkonderzoek wil uitvoeren voor een betalende opdrachtgever, ziet zich gesteld voor een fundamentele keuze wat betreft de basisaanpak van het onderzoek.

Enerzijds kan hij kiezen voor een inductieve aanpak. Hierbij vormt een globaal onderzoeksthema het startpunt, vervolgens worden er data verzameld, waaronder empirische interviewdata. Dan vindt er een analyse plaats, waarbij concepten alleen als *sensitizing* worden gehanteerd. Het eindresultaat is een conceptueel model dat het te onderzoeken proces modelleert, dit als uitkomst van het onderzoek.

Anderzijds kan de keuze vallen op een deductieve onderzoeks aanpak. Hier begint de onderzoeker met het verzamelen en selecteren van academische theorieën, modellen en theoretische noties, voor zover ze te maken hebben met het te onderzoeken proces. Hij voert hier vervolgens een theoretische analyse op uit, en creëert op basis hiervan een conceptueel model. De dataverzameling vindt plaats in de vorm van interviews en groeps gesprekken. Ten slotte vindt er een empirische toetsing plaats van dit model.

In beide gevallen is hiermee het onderzoek als zodanig afgerond. Echter, gegeven het feit dat het een praktijkonderzoek betreft dat is uitgevoerd in het businessdomein, en het onderzoek een betalende opdrachtgever kent, dienen aanvullend aanbevelingen voor de praktijk te worden geformuleerd. Deze zijn gebaseerd op de uitkomsten van het onderzoek.

Hoe nu tot een keuze van de onderzoeks aanpak te komen? Er zijn twee afwegingen te maken, te weten het al dan niet gebruiken van reeds bestaande en beschikbare kennis, en de empirische onderbouwing van de onderzoeks aanbevelingen. Dit laatste heeft consequenties voor de kwaliteit en betrouwbaarheid van deze aanbevelingen.

* Prof. dr. Edward Groenland is als hoogleraar Business Research Methodology verbonden aan Nyenrode Business Universiteit te Breukelen. E-mail: e.groenland@nyenrode.nl.

Wel of niet gebruikmaken van bestaande academische kennis?

Bij een inductieve benadering van het kwalitatief onderzoek, zoals de *grounded theory* (Charmaz, 2006), is het de bedoeling dat de onderzoeker de reeds bestaande kennis met betrekking tot formele theorieën en modellen terzijde schuift (met uitzondering van *sensitizing* concepten die zich tijdens het onderzoek kunnen manifesteren), en theoretisch onbevangen het te onderzoeken thema benadert. De gedachte hierachter is dat de onderzoeker zich hiermee mentaal openstelt voor de constructie en ontwikkeling van mogelijk nieuwe concepten, en relaties tussen concepten. Zowel naar aard als naar inhoud kunnen dus geheel of gedeeltelijk nieuwe concepten en verbanden ontstaan. De vraag is nu of een praktijkonderzoek in het businessdomein hiermee zijn voordeel kan doen. Het lijkt merkwaardig, en wellicht ook onpraktisch, om zo veel bestaande kennis en inzichten in de vergetelheid te manoeuvreren. De vraag is ook of een onderzoeker in staat is om *tabula rasa* te maken, dat wil zeggen: alle reeds bestaande kennis en inzichten met betrekking tot de wetenschappelijke aspecten van het onderwerp buiten beschouwing te laten. Gezond boerenverstand suggereert dat dit bijkans onmogelijk is. Ook de zogeheten abductieve benadering (Tavory & Timmermans, 2014) leidt aan dit euvel, in de zin dat alleen conflicterende waarnemingen aanleiding geven tot theoretische aanpassingen, maar dan wel weer in de vorm van een *nieuwe* theorie.

Voor een deductieve onderzoeksbenadering geldt dit potentieel probleem niet. Hier is de redenering dat alle academische kennis en inzichten die bruikbaar zijn voor het modelleren van het te onderzoeken proces, zonder restricties kunnen worden ingezet, gebruikt en toegepast. Waarom betrouwbare, goede en bruikbare kennis en inzichten hier negeren? Waarom het wiel opnieuw uitvinden? Waarom niet voortbouwen op alles wat we al weten?

Voorstanders van het inductief onderzoek zullen opwerpen dat soms een nieuw begin nodig is, omdat bestaande modellen en theorieën tekortschieten, niet verder kunnen worden ontwikkeld, en zo een doodlopende weg vormen. Dat roept de vraag op of er onderzoeksthema's te bedenken zijn waarbij dit het geval kan zijn. Veel, heel veel onderzoeksthema's zijn al uit en te na onderzocht. Te denken valt – in het domein van het consumentenonderzoek – aan attitudeonderzoek, imagoonderzoek, koopgedrag, en dergelijke. De corresponderende theorieën en modellen zijn prima te gebruiken. Dan zijn er onderzoeksgebieden die relatief nieuw zijn, zoals het gebruik van diverse soorten sociale media door consumenten, en hun effecten op attitude, imago, koopgedrag en loyaliteit. Zijn hier nieuwe theorieën voor nodig? Of voldoen de bestaande prima, omdat de te onderzoeken *online* processen naadloos in te passen zijn in theorieën betreffende *offline* gedrag? Het komt maar zelden voor dat een CEO van een bedrijf zo wanhopig is dat hij opdracht geeft tot een onderzoek dat geheel nieuwe paden dient te bewandelen, met alle tijd, kosten en onzekerheden die hieraan kleven.

De basisprincipes bij de inductieve en deductieve analyse zijn in essentie dezelfde

Een apart thema vormt de analyse. Inductief te werk gaande onderzoekers zullen beweren dat de werkwijze betreffende de analyse van de data verschil zal uitmaken. Is dat immers niet de kern van *grounded theory*-benaderingen? Een antwoord hierop kan zijn dat in oorsprong alle analyses getypeerd kunnen worden door twee wezenskenmerken: *categoriseren* (de structuur van een concept bepalen) en *verbinden* (de aard en inhoud van de causale relatie tussen twee concepten bepalen). Zie onder meer Groenland (2014b), waarin, voor de deductieve, kwalitatieve analyse, uiteen wordt gezet dat de antwoorden van groepen respondenten met betrekking tot concepten in categorieën worden ingedeeld. Hierbij worden uiteraard bij voorkeur de categorieën gebruikt die in de literatuurbespreking voor de onderscheiden concepten naar voren zijn gebracht. Door middel van patroonanalyse worden vervolgens de concepten met elkaar verbonden, dat wil zeggen: de relaties tussen de concepten worden – in een setting van causaliteit – gepeild, onderzocht en inhoudelijk beschreven. Dat bepaalde relaties in causale zin plausibel zijn, is dan van tevoren, in de literatuurbespreking, al theoretisch onderbouwd.

Uiteraard zijn de detailprocedures met betrekking tot de analyse in *grounded theory* (Charmaz, 2006) anders dan hierboven beschreven. Gegeven het verschil ‘wel of niet beginnen met een conceptueel model’ kan dat ook niet anders. Nochtans kan worden gesteld dat de eerdergenoemde basisprincipes en uitgangspunten – categoriseren en verbinden – dezelfde zijn.

Wat is de kwaliteit van de onderzoeksaanbevelingen?

Dan komen we tot de comparatieve bonus in het deductief, kwalitatief onderzoek: de aanbevelingen voor de praktijk. Een opdrachtgever van onderzoek in het businessdomein is geneigd om de totale waarde van het onderzoek te beoordelen naar de kwaliteit, de toepasbaarheid en de te verwachten positieve effecten (liefst op korte termijn) van de aanbevelingen. Er zijn drie soorten van deze aanbevelingen: de opdrachtgever moet iets doen, iets laten, of iets veranderen. Daarnaast bestaan er globale, richtinggevende aanbevelingen, en concrete, direct implementeerbare aanbevelingen (Groenland, 2014a).

Het zal duidelijk zijn dat het doorvoeren van deze aanbevelingen niet zonder risico is. Als bijvoorbeeld de aanbeveling is om een nieuwe consumentenmarkt te betreden, dan zijn hier vaak aanzienlijke investeringen en kosten mee gemoeid. Als na enige tijd blijkt dat de nieuwe markt niet levensvatbaar is dan zijn er hoge afschrijvingen, en kan soms zelfs de continuïteit van het bedrijf in gevaar komen.

Aanbevelingen worden geformuleerd op basis van de uitkomsten van het onderzoek enerzijds, en het – vooraf geformuleerde – beoogde gebruik van de onderzoeksuitkomsten (Groenland, 2014a) anderzijds. Wat kan er in dit verband worden gezegd ten aanzien van de betrouwbaarheid, de effectiviteit, en de externe validiteit van de empirische uitkomsten van het onderzoek? Wel, men kan zeggen dat in het geval van deductief kwalitatief onderzoek het conceptueel model empirisch is ge-

toetst, en dat dit niet het geval is in het geval van inductief kwalitatief onderzoek. Idealiter zou men hier het resulterende conceptueel model alsnog, en in een vervolgonderzoek, empirisch moeten toetsen, maar dat gebeurt vrijwel nooit. Voor een opdrachtgever zou dit namelijk betekenen dat er een volgtijdelijk tweede onderzoek zou moeten plaatsvinden (en worden betaald) voordat er goede, betrouwbare aanbevelingen beschikbaar zouden komen. Naast de extra kosten zou dit ook tijdverlies opleveren, en met name de tijdsfactor is voor een betalende opdrachtgever van groot belang. Het onderzoek moet bij wijze van spreken namelijk gisteren al klaar zijn! Om al deze redenen wordt – de facto – de deductieve methode vaak gekozen.

Een inductieve of een deductieve aanpak kiezen in het kwalitatief onderzoek?

Het bovenstaande betoog kan tot in den treure worden genuanceerd, uitgebreid en van voetnoten en uitzonderingen worden voorzien. Maar de grote vergelijkingslijnen geven aan dat er in de basis ofwel geen essentieel verschil is, ofwel de deductieve onderzoeksbenadering relatieve voordelen kent.

Algemeen gesteld: je kunt beter alle reeds aanwezige informatie gebruiken, en bovendien het modelleringsresultaat van het te onderzoeken proces daadwerkelijk empirisch toetsen. Want alleen dan kun je kwalitatief goede, betrouwbare, en verantwoorde aanbevelingen leveren aan je opdrachtgever. En die zal je daar in emotionele zin dankbaar voor zijn, en je daarop overigens ook op rationele wijze afrekenen!

Literatuur

- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. London: Sage Publications.
- Groenland, E. (2014a). The problem analysis for empirical studies. *International Journal of Business and Globalisation*, 12(3), 249-263.
- Groenland, E.A.G. (2014b). *Employing the Matrix Method as a tool for the analysis of qualitative research data in the business domain*. Retrieved from: <http://ssrn.com/abstract=2495330>
- Tavory, I. & Timmermans, S. (2014). *Abductive analysis: theorizing qualitative research*. Chicago/London: The University of Chicago Press.