

Recensie de arrogantie van de twijfel; managementonderzoek

Dr. Ph. Van Engeldorp Gastelaars

Uitegeverij ServicePost, Nieuwerkerk a/d IJssel, 2008

ISBN 978-90-5653-025-9

De naam van het boek geeft niet direct zijn onderwerp prijs: het uitvoeren van bedrijfskundig onderzoek. De titel geeft wel het uitgangspunt van de auteur weer: je moet over een zekere arrogantie beschikken om te kunnen twijfelen. En twijfel is de basis om bij alle aspecten van onderzoek vragen te kunnen stellen en goede afwegingen te kunnen maken. Twijfel over het gebruik van theorie; het gebruik van onderzoekstechnieken; tot en met twijfel over het bestaan van objectiviteit en waarheid. Voor degenen die tot nu toe rechttoe rechtaan volgens een handboekje bedrijfskundig onderzoek hebben verricht gaat er in dit boek een wereld open. Bijvoorbeeld dat er veel meer afwegingen te maken zijn dan de omvang van de steekproef en het significantieniveau bij de analyse. Dat veel bedrijfskundige problemen om heel ander onderzoek vragen dan het standaard kwantitatieve onderzoek. Het boek zal daarom velen aan het twijfelen brengen, maar dat is nu juist een goede basis om te leren. Eén van de centrale punten waarover twijfel wordt gezaaid is over wat überhaupt wetenschappelijk is. Over het algemeen worden om dat te bepalen de criteria herhaalbaarheid, objectiviteit en openbaarheid gebruikt. De auteur stelt dat deze criteria niet gelden voor bedrijfskundig onderzoek en dat uitgegaan moet worden van exploratieve en communicatieve zorgvuldigheid. Dit houdt in het kort in dat alle betrokkenen hun eigen benadering in het onderzoek moeten herkennen en dat verschillen in benadering expliciet en bespreekbaar worden gemaakt.

Aan het boek is goed af te lezen dat de auteur jarenlange ervaring heeft op het gebied van onderzoek en het doceren over het onderwerp. Het is geen (over)gesimplificeerd "how-to"-boek, maar een boek dat de lezer meeneemt langs de vele aspecten van het doen van goed bedrijfskundig onderzoek. Dit betekent niet dat er geen praktische aanbevelingen in staan. In tegendeel: het staat bol van de praktische tips op elk aspect van het ontwerpen en doen van onderzoek. Deze tips variëren van praktische aanwijzingen bij het opstellen van een enquête tot een checklist voor het opstellen van een offerte voor een onderzoek.

Deze komen vooral uit het tweede deel van het boek waarin steeds een compleet hoofdstuk aan een specifieke techniek wordt gewijd. Er zijn zo hoofdstukken over observeren, interviewen, enquêteren, inhoudsanalyse, literatuuronderzoek, case-studies, experimenten en simulatiestudies.

Dit deel zit ingesloten tussen twee delen waarin de filosofie achter onderzoek veel meer centraal staat. Het eerste deel bespreekt onder andere de rol van theorie in onderzoek, het specifieke aan het formuleren van problemen in bedrijfskundig onderzoek en het ontwerpen van een onderzoek. Stuk voor stuk onderwerpen die kritisch worden behandeld en die de lezer uitdagen om zelf een standpunt in te nemen over onderzoek en dan met name over het eigen onderzoek. Het boek wordt afgesloten met twee meer beschouwende hoofdstukken over respectievelijk bedrijfskundige methodologie en de wetenschappelijke strijd tussen modernisme en postmodernisme. Hierin laat de auteur zien hoe zijn praktische aanpak in het boek zich verhoudt met de debatten die binnen de bedrijfskundige wetenschappelijke wereld gevoerd worden. Net als in de rest van het boek worden ook hier theorie en praktijk naadloos met elkaar verbonden, waarbij in het hele boek een pragmatistische houding de leidraad is. De auteur is dan wel een wetenschapper, maar hij zal niet te betrappen zijn op een uitspraak zoals die in een cartoon van Fokke & Sukke waarin na een geslaagd experiment de éne wetenschapper aan de ander vraagt "zeer indrukkelijk, collega.... maar werkt het ook in theorie?".

Kortom een zeer compleet boek dat, en niet alleen door zijn omvang, laat zien dat het doen van goed bedrijfskundig onderzoek veel complexer is dan over het algemeen wordt gedacht. In elke praktische situatie moeten afwegingen steeds weer opnieuw gemaakt worden. De twijfel als startpunt van een elk goed onderzoek.



Door: Paul Aertsen

Freelance onderzoeker, auteur en docent bedrijfskundige methodologie

