

Methodologie voor onderzoek in marketing en management

Foeke van der Zee

Voorwoord van Hester van Herk

Het boek “Methodologie voor onderzoek in marketing en management” van Foeke van der Zee is een goed geschreven boek dat de lezer meeneemt door het onderzoekproces. Het boek begint met de probleem en vraagstelling en gaat via onderzoekontwerp en uitvoering naar verslaglegging van het onderzoek. Het boek is uniek in dat focust op het zelf verrichten van een onderzoek. Veel aandacht is er voor de samenhang tussen de stappen in het onderzoekproces en voor het effect dat een eerdere beslissing heeft op latere analyse mogelijkheden. Aan analyses wordt 1 hoofdstuk gewijd, hetgeen duidelijk maakt dat onderzoek veel meer is dan statistiek alleen.

De doelgroep van het boek is de minder ervaren management- of marketingonderzoeker, dat kan een student kan zijn aan HBO of universiteit, maar ook een manager of beleidsmedewerker die zijn kennis wil opfrissen. Foeke van der Zee is erin geslaagd een boek te schrijven dat de lezer meeneemt in het proces van onderzoek doen. De voor- en nadelen van te nemen beslissingen worden goed uitgelegd. Het boek is zeker geen kookboek, dat zegt wat de onderzoeker moet doen. In het boek staat wat kan, de onderzoeker wordt aangezet hierover na te denken en zelf beslissen te nemen.

Het is duidelijk dat Foeke van der Zee jarenlange ervaring heeft in het uitleggen van methoden en technieken van onderzoek. Hij weet waar studenten moeite mee hebben bij het doen van onderzoek, legt methodologie op een goede en begrijpelijke manier uit en weet onnodig jargon te vermijden. De checklist aan het einde van het boek is erg goed, ik zie deze als een “must-use” niet alleen voor studenten, maar ook voor meer ervaren onderzoekers.

Samenvattend, het boek is een aanrader voor studenten en voor mensen werkzaam bij overheid en bedrijfsleven die management onderzoek gaan doen. Eerst om onderzoek te leren doen en later als handig naslagwerk. Een aanrader!

Prof. Dr. Hester van Herk

Professor of Cross-Cultural Marketing Research, Vrije Universiteit Amsterdam

Voorzitter MOA Sectie Onderwijs