



Brancheverkenning beleidsonderzoek

Meting 2016

Voorwoord

De medewerkers van de beleidsonderzoeksbureaus die lid zijn van de Vereniging voor Beleidsonderzoek VBO zijn gespecialiseerd in toegepast wetenschappelijk beleidsonderzoek. Onze beleidsonderzoekers doen met passie en plezier niet anders dan datgene waar ze hun beroepsnaam aan ontlelen. Daardoor hebben ze enorm veel ervaring opgebouwd in het uitvoeren van dat onderzoek. Dat maakt het mogelijk om het klantgericht, efficiënt en op tijd uit te voeren.

Als VBO-bureaus willen we graag van onze klant weten of wij onderzoek naar wens uitvoeren. Dat meten de onderzoeksbureaus vaak per project, omdat ze ISO-gecertificeerd zijn. We willen het echter ook weten voor ons werk in het algemeen. Vandaar dat we eenmaal in de paar jaar onze klanten-opdrachtgevers benaderen om ze te vragen hoe ze over ons denken.

Deze brancheverkenning verkent de kwaliteitseisen die opdrachtgevers stellen aan het beleidsonderzoek en hun beoordeling van verschillende soorten aanbieders. Dit gebeurt inmiddels voor de derde keer. Het onderzoek is in het najaar van 2016 uitgevoerd onder de relatiebestanden van VBO-leden die hiervoor hun e-mailadressen beschikbaar stelden.

Het onderzoek is in eerste instantie voor onze leden bestemd. Die kunnen daar lering uit trekken hoe ze hun dienstverlening (nog verder) kunnen verbeteren, bijvoorbeeld door wat origineler te zijn en dan tegelijkertijd de erg betrouwbare onderzoekspartners te blijven die we nu volgens onze opdrachtgevers al zijn. We vermoeden dat de uitkomsten van dit onderzoek ook interessant zijn voor onze opdrachtgevers, die de keuze moeten maken welke bureaus ze uitnodigen om offerte uit te brengen voor onderzoekopdrachten. En we hopen natuurlijk dat de keuze daarbij eerder op één of enkele van onze leden zal vallen.

Daarom bieden wij u hierbij graag deze publieksversie van het rapport aan.

Douwe Grijpstra
Voorzitter Vereniging voor Beleidsonderzoek VBO
Maart 2017

Inhoudsopgave

Voorwoord

1	Inleiding	5
1.1	Doel van het onderzoek	5
1.2	Onderzoeksplan en veldwerk	5
1.3	Samenstelling van de steekproef	6
1.4	Leeswijzer	9
2	Selectiecriteria voor gunning	11
2.1	Inleiding	11
2.2	Criteria voor het uitbrengen van een offerte	11
2.3	Criteria voor het uitvoeren van het onderzoek	12
3	Bekendheid van de VBO-leden	15
3.1	Inleiding	15
3.2	Spontane bekendheid	15
3.3	Onderzoeksopdracht uitgevoerd	16
4	Waardering voor de VBO-leden	19
4.1	Inleiding	19
4.2	Algemene waardering	19
4.3	NPS-scores	20
4.4	Specifieke waardering	20
4.5	Extra analyse	21
5	Bruikbaarheid van beleidsonderzoek	23
5.1	Beoordeling bruikbaarheid onderzoek	23
5.2	Hoe kan de bruikbaarheid verbeterd worden?	24
6	Stellingen beleidsonderzoek	27
7	Andere aanbieders beleidsonderzoek	31
7.1	Uitvoering beleidsonderzoek	31
7.2	Beoordeling BvBO's versus andere aanbieders	31
8	Conclusies	33
8.1	Selectiecriteria voor gunning	33
8.2	Bekendheid VBO-leden	33
8.3	Waardering VBO-leden	33
8.4	Bruikbaarheid beleidsonderzoek	33
8.5	Stellingen beleidsonderzoek	34
8.6	Andere aanbieders beleidsonderzoek	34

De bijlagen van dit rapport kunnen worden opgevraagd bij het secretariaat van de VBO.

1 Inleiding

1.1 Doel van het onderzoek

De Vereniging voor Beleidsonderzoek (VBO) heeft zowel in 2007 als in 2011 een brancheverkenning uit laten voeren naar de kwaliteitseisen die opdrachtgevers stellen aan beleidsonderzoek, hun beoordeling van de verschillende soorten aanbieders en de selectiecriteria die zij hanteren bij uitbesteding. Het onderzoek is indertijd uitgevoerd onder de klanten, opdrachtgevers en relaties van de (toenmalige) VBO-leden, die hiervoor hun adressenbestand ter beschikking stelden.

Vijf jaar na het laatste onderzoek was er bij de VBO behoefte aan een update van dit onderzoek. Hiertoe is in de maanden mei tot en met juli 2016 dit onderzoek herhaald. 446 klanten en relaties van de VBO-leden hebben via internet geantwoord op een vragenlijst.

Het doel van het onderzoek was om meer inzicht te krijgen in de marktpositie van de branche en in de wijze waarop bureaus geselecteerd worden voor het uitbrengen van een offerte of het uitvoeren van onderzoek. In bijlage 1 is de gebruikte vragenlijst weergegeven.

Omdat de VBO waarde hecht aan de vergelijkbaarheid van de nieuwe brancheverkenning met de verkenningen die in 2007 en 2011 zijn uitgevoerd, is de opzet van de vragenlijst van de nieuwe brancheverkenning in hoofdlijnen dezelfde als die van de vorige keren. De vragenlijst was echter iets korter.

Dit rapport laat de resultaten van het onderzoek zien. Voor zover mogelijk en interessant wordt in het rapport ingegaan op mogelijke verschillen met voorgaande meting(en).

In het onderzoek zijn de volgende vragen beantwoord:

- Wat is de bekendheid van de VBO-leden bij opdrachtgevers en andere stakeholders
- Wat zijn de kwaliteitseisen die opdrachtgevers stellen aan beleidsonderzoek?
- Welke criteria worden aangelegd bij de keuze voor intern onderzoek of externe uitbesteding?
- Welke selectie- en gunningscriteria spelen bij offertetrajecten een belangrijke rol?
- Wat is de positie van de VBO, zowel ten opzichte van interne aanbieders van beleidsonderzoek als van andere externe aanbieders?

1.2 Onderzoeksplan en veldwerk

De leden van de VBO zijn (net als in 2007 en 2011) gevraagd om de e-mailadressen van hun klanten en relaties te verstrekken. Deze groep van personen vormt met elkaar de onderzoeksgroep of populatie. De verstrekte e-mailadressen zijn door de VBO ontdebeld. Alle klanten en relaties zijn eind april 2016 middels een e-mail uitgenodigd om deel te nemen aan het onderzoek.

Door de leden van de VBO zijn in totaal 6.869 e-mailadressen aangeleverd. Na ontdebelen heeft dat geleid tot 6.628 unieke klanten en relaties. Van de uitnodigingen zijn 775 e-mails niet bij de klant angekommen ('gebounced'). Van de netto 6.628 uitnodigingen hebben 1.358 klanten en relaties van de VBO-leden een begin gemaakt met het invullen van de vragenlijst. Dit is een respons van 20%

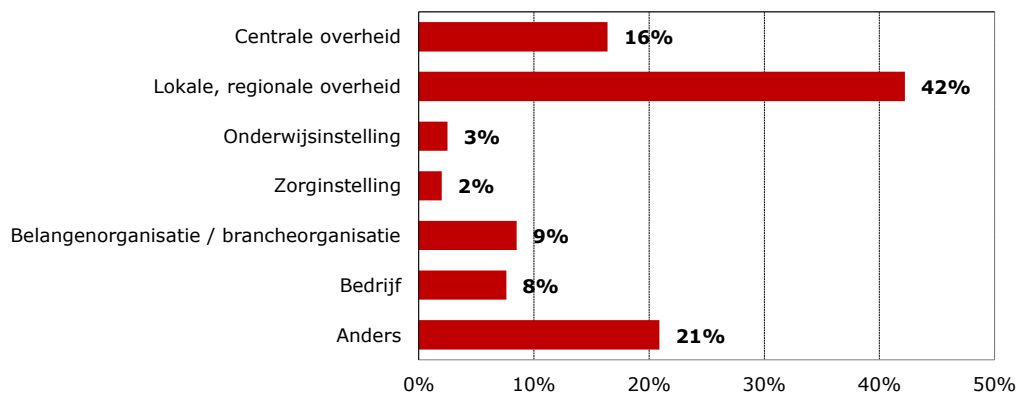
procent. Uiteindelijk hebben 446 klanten en relaties van de VBO-leden de vragenlijst in zijn geheel beantwoord; een eindrespons van 6,7%.

1.3 Samenstelling van de steekproef

In deze paragraaf wordt een beeld geschetst van de groep klanten en relaties die in 2016 hebben meegedaan aan het onderzoek. Dit wordt gedaan aan de hand van de antwoorden op een aantal vragen, te weten: tot welk type organisatie de klanten en relaties behoren, in welke mate men betrokken is bij beslissingen over onderzoek en in welke functiegroep men werkzaam is.

In figuur 1 is weergegeven tot welk type organisatie de klanten en relaties behoren. Net als in 2011 en 2007 zijn de meeste respondenten afkomstig uit de lokale en regionale overheid. Klanten en relaties afkomstig uit onderwijs- en zorginstellingen komen het minst voor.

figuur 1 Type organisatie waartoe de respondenten behoren (n=446)



Bron: VBO 2016

Aan de respondenten is gevraagd in hoeverre men betrokken is bij beslissingen over de aanbesteding, selectie en/of gunning van beleidsonderzoeksprojecten. 60% van de respondenten geeft aan hierbij in de afgelopen twee jaar betrokken te zijn geweest. Om meer inzicht te krijgen onder welke doelgroep deze 60% valt, is een opsplitsing gemaakt naar de zeven doelgroepen. Deze staat weergegeven in tabel 1. Zoals te zien is, is de lokale en regionale overheid goed vertegenwoordigd onder de groep respondenten die betrokken is bij beslissingen over onderzoek. Respondenten uit onderwijsinstellingen en zorginstellingen zijn het minst vertegenwoordigd onder de groep 'beslissers'.

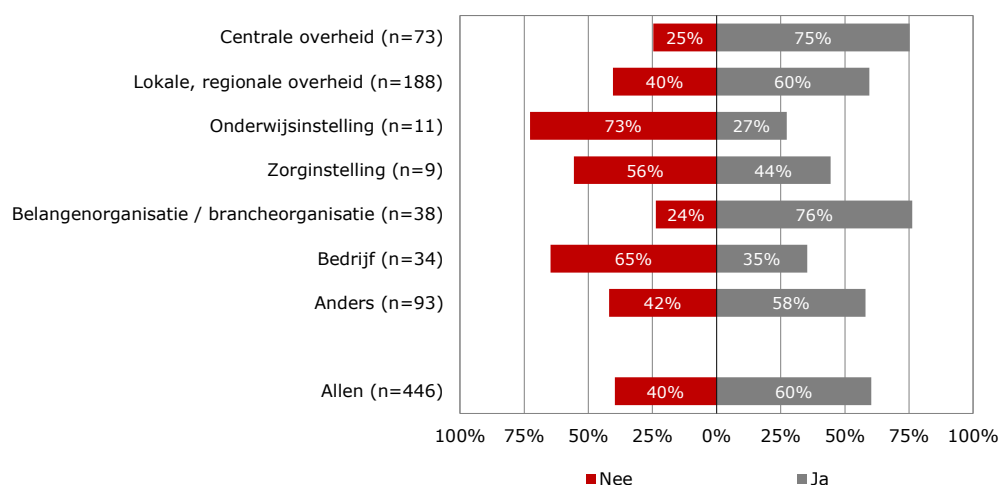
tabel 1 Betrokkenheid bij beslissingen over onderzoek, onderscheiden naar zeven doelgroepen (n=446)

Doelgroep	Niet betrokken	Wel betrokken
Lokale, regionale overheid	17% (76)	25% (112)
Centrale overheid	4% (18)	12% (55)
Anders	9% (39)	12% (54)
Belangenorganisatie / brancheorganisatie	2% (9)	7% (29)
Bedrijf	5% (22)	3% (12)
Zorginstelling	1% (5)	1% (4)
Onderwijsinstelling	2% (8)	1% (3)
Totaal	40% (177)	60% (269)

Bron: VBO 2016

Tevens werd een uitsplitsing gemaakt binnen de zeven doelgroepen. Deze uitsplitsing geeft meer inzicht in de betrokkenheid binnen de verschillende doelgroepen. In figuur 2 is te zien dat de respondenten binnen de belangen- of brancheorganisaties en de respondenten uit de centrale overheid in verhouding de meeste 'beslissingskracht' hebben. De respondenten uit onderwijsinstellingen en bedrijven hebben in verhouding de minste 'beslissingskracht'.

figuur 2 Betrokkenheid bij beslissingen over onderzoek, onderscheiden naar de zeven doelgroepen



Bron: VBO 2016

Wanneer de respondenten aangaven niet betrokken te zijn geweest bij beslissingen over aanbesteding, selectie en/of gunning van beleidsonderzoeksprojecten, kreeg men de volgende vraag voorgelegd: "Heef u in de afgelopen twee jaar in uw organisatie inhoudelijke of beheersmatige contacten gehad met externe onderzoekers over de opzet en uitvoering van beleidsonderzoek (zoals financiën, planning, offertebeoordeling, overleg, contract)?"

33% van de respondenten gaf aan dat dit inderdaad het geval was. Om meer inzicht te krijgen onder welke doelgroep deze 33% valt is wederom een opsplitsing gemaakt naar de zeven doelgroepen. Deze staat weergegeven in tabel 2. Zoals te zien is, hebben

de meeste respondenten, die niet betrokken waren bij beslissingen over het onderzoek, ook geen inhoudelijke of beheersmatige contacten gehad over de opzet en uitvoering van beleidsonderzoek (67%). Onder de groep respondenten die dit wel waren, behoort de grootste groep ook hier tot de lokale en regionale overheid. Respondenten uit onderwijsinstellingen en zorginstellingen zijn het minst vertegenwoordigd.

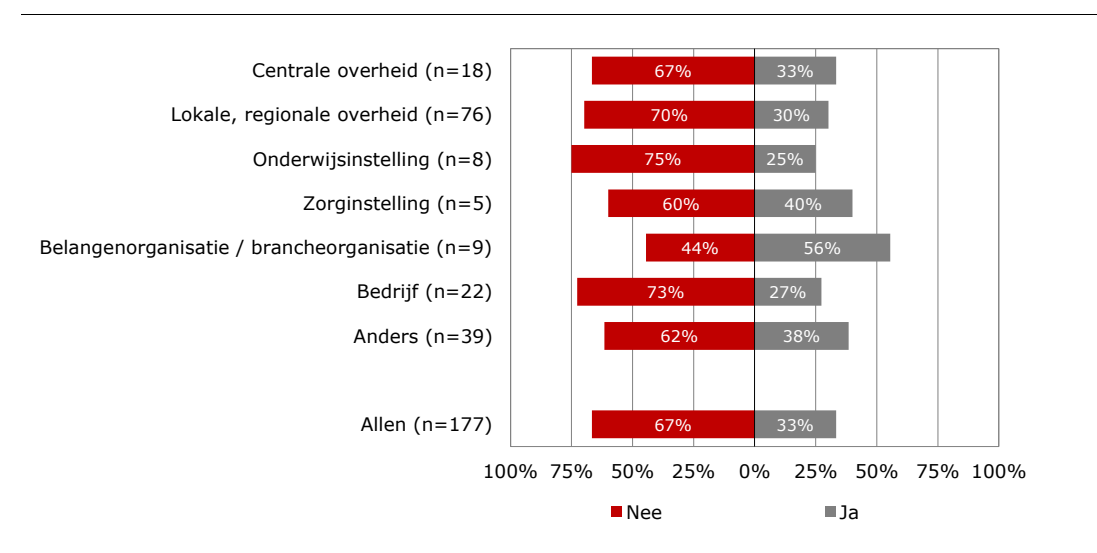
tabel 2 Inhoudelijke of beheersmatige contacten, onderscheiden naar zeven doelgroepen (n=177)

Doelgroep	Niet betrokken	Wel betrokken
Lokale, regionale overheid	30% (53)	13% (23)
Anders	14% (24)	8% (15)
Bedrijf	9% (16)	3% (6)
Centrale overheid	7% (12)	3% (6)
Belangenorganisatie / brancheorganisatie	2% (4)	3% (5)
Onderwijsinstelling	3% (6)	1% (2)
Zorginstelling	2% (3)	1% (2)
Totaal	67% (118)	33% (59)

Bron: VBO 2016

Tevens werd een uitsplitsing gemaakt binnen de zeven doelgroepen. Deze geeft meer inzicht in de mate van contacten binnen de verschillende doelgroepen. In figuur 3 is te zien dat de respondenten binnen de belangen- of brancheorganisaties en de respondenten uit een zorginstelling in verhouding de meeste contacten met externe onderzoekers hebben over de opzet en uitvoering van onderzoek. De respondenten uit onderwijsinstellingen en bedrijven hebben in verhouding de minste contacten.

figuur 3 Inhoudelijke of beheersmatige contacten, onderscheiden naar zeven doelgroepen

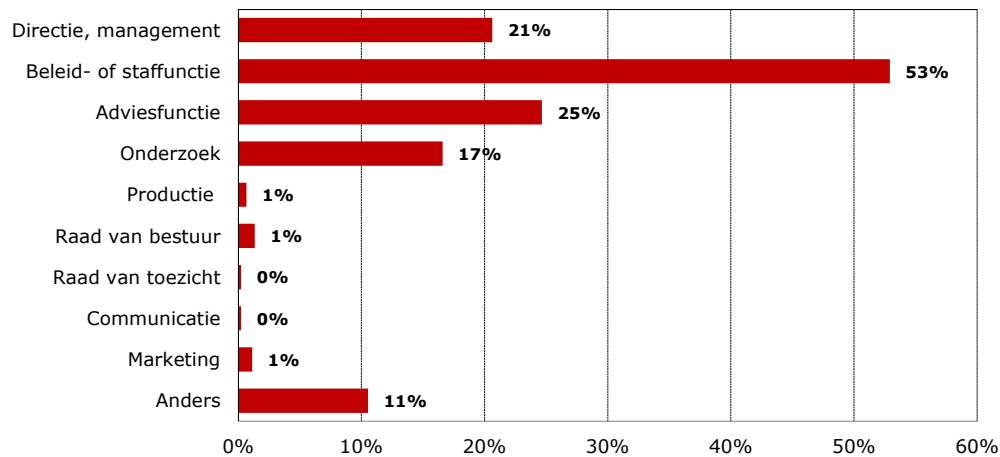


Bron: VBO 2016

In de vragenlijst is ook gevraagd naar de functiegroep waarin de respondenten werkzaam zijn. Hierbij konden meerde opties worden aangekruist. Figuur 4 laat de resultaten van deze vraag zien. Te zien is dat meer dan de helft van de respondenten

werkzaam is in de functiegroep *beleid* of *staf*. Ook de groep met een *adviesfunctie* en de functiegroep *directie* en *management* is goed vertegenwoordigd.

figuur 4 De functiegroep waarin de respondenten werkzaam zijn (n=446)



Bron: VBO 2016

Alles bij elkaar wekt de samenstelling van de groep klanten en relaties vertrouwen. Zo is een meerderheid van de respondenten betrokken geweest bij beslissingen over het aanbesteden van onderzoek en maakt bijna driekwart deel uit van het beleidskader, de staf, directie of management.

1.4 Leeswijzer

Dit rapport omvat negen hoofdstukken en twee bijlagen. Hoofdstuk 3 bespreekt welke criteria opdrachtgevers hanteren voor beleidsonderzoeksbureaus als het gaat om het uitbrengen van een offerte. Ook worden de criteria behandeld die opdrachtgevers gebruiken bij de beslissing om een offerte te gunnen. Hoofdstuk 4 geeft zicht op de spontane bekendheid van de 16 bureaus en bij welk van deze bureaus/instituten de afgelopen twee jaar een onderzoekopdracht is uitgevoerd. In hoofdstuk 5 wordt de waardering voor de huidige VBO-leden besproken. Hoofdstuk 6 staat bespreekt de bruikbaarheid van beleidsonderzoek en hoe deze eventueel verbeterd kan worden. Hoofdstuk 7 behandelt de stellingen die aan de respondenten zijn voorgelegd omtrent beleidsonderzoek en hoofdstuk 8 staat stil bij de andere aanbieders van beleidsonderzoeken de beoordeling van deze aanbieders ten opzichte van BvBO's. Het laatste hoofdstuk geeft de belangrijkste conclusies weer.

2 Selectiecriteria voor gunning

2.1 Inleiding

Hoe selecteren opdrachtgevers onderzoeksbureaus voor het uitbrengen van een offerte en voor het uitvoeren van een onderzoek? Zijn er belangrijke criteria die gebruikt worden bij het selectietraject en zo ja, welke dan? En welke criteria worden door opdrachtgevers gebruikt om een bureau te selecteren voor het uitvoeren van een onderzoekopdracht? In dit hoofdstuk wordt op deze vragen een antwoord gegeven. Indien mogelijk worden de antwoorden van deze meting vergeleken met die van de vorige meting in 2011.

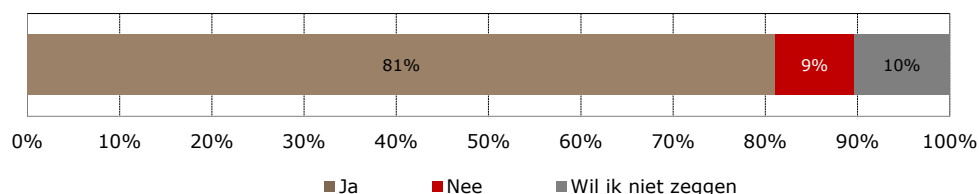
De vragen in dit hoofdstuk zijn voorgelegd aan respondenten die in de afgelopen twee jaar betrokken te zijn geweest bij beslissingen over aanbesteding, selectie en/of gunning, dan wel contact te hebben gehad over de opzet en uitvoering van beleidsonderzoek.

2.2 Criteria voor het uitbrengen van een offerte

Aan de respondenten is de volgende vraag gesteld: *Zijn er belangrijke criteria die u hanteert om onderzoeksbureaus te selecteren voor het uitbrengen van een offerte?*

Zoals te zien in figuur 5, geeft een meerderheid van de respondenten aan inderdaad van criteria gebruik te maken bij het selecteren van onderzoeksbureaus: 81% hanteert criteria tijdens het selectieproces. 9% maakt hiervan echter geen gebruik; 10% wil dit niet zeggen.

figuur 5 Gebruik criteria tijdens selectiefase voor uitbrengen offerte (n=328)



Bron: VBO 2016

Vervolgens is aan de respondenten gevraagd om deze criteria te benoemen. In bijlage 1 staat een integraal overzicht van de genoemde criteria. Deze is uitgesplitst naar het moment waarop het criteria is genoemd: als eerste, tweede of derde.

Wanneer men deze lijst bekijkt dan vallen een aantal zaken op. Allereerst is voor de meeste respondenten de *deskundigheid/kennis/expertise/specialisme* van het onderzoeksbureau een belangrijk criterium bij het selecteren van een onderzoeksbureau voor een offerte. Ook de *kosten* en de *kwaliteit-kosten verhouding* worden door veel van de respondenten benoemd. Tijdens de tweede en derde vraagronde worden, naast deze criteria, ook zaken als *creativiteit*, *planning*, *flexibiliteit*, *beschikbaarheid* en *communicatie* genoemd. Oftewel, de factoren die meer te scharen vallen onder de uitvoering van het onderzoek. Daarnaast worden ook het

CV van de onderzoekers en *eerdere ervaringen* met het onderzoeksbureau als criteria genoemd voor de keuze van een onderzoeksbureau bij een offerteaanvraag.

2.3 Criteria voor het uitvoeren van het onderzoek

Aan de respondenten is vervolgens gevraagd: *Hieronder staan 15 criteria die opdrachtgevers kunnen hanteren om bureaus te selecteren voor het uitvoeren van een onderzoeksopdracht. Kunt u voor elk criterium aangeven welk belang u hieraan hecht?*

De 15 criteria waren:¹

- Bruikbaarheid voor de opdrachtgever
- Gevoeligheid voor het beleidsprobleem
- Bekendheid met veld en thematiek
- Onafhankelijkheid bureau
- Heldere en toegankelijke rapportage
- Reputatie verantwoordelijke onderzoeker
- Verantwoordelijke onderzoeker als creatieve gesprekspartner
- Flexibiliteit voor nieuwe ontwikkelingen
- Goede omgang met privacywetgeving
- Wanneer nodig, is maatwerk mogelijk
- Beschikbaarheid gekwalificeerd personeel
- Aanwezigheid kwaliteitsbewakingssysteem (bijvoorbeeld ISO)
- Regelmatig contact met de opdrachtgever (inclusief voortgangrapportages)
- Kosten van het onderzoek
- Overschrijding termijnen

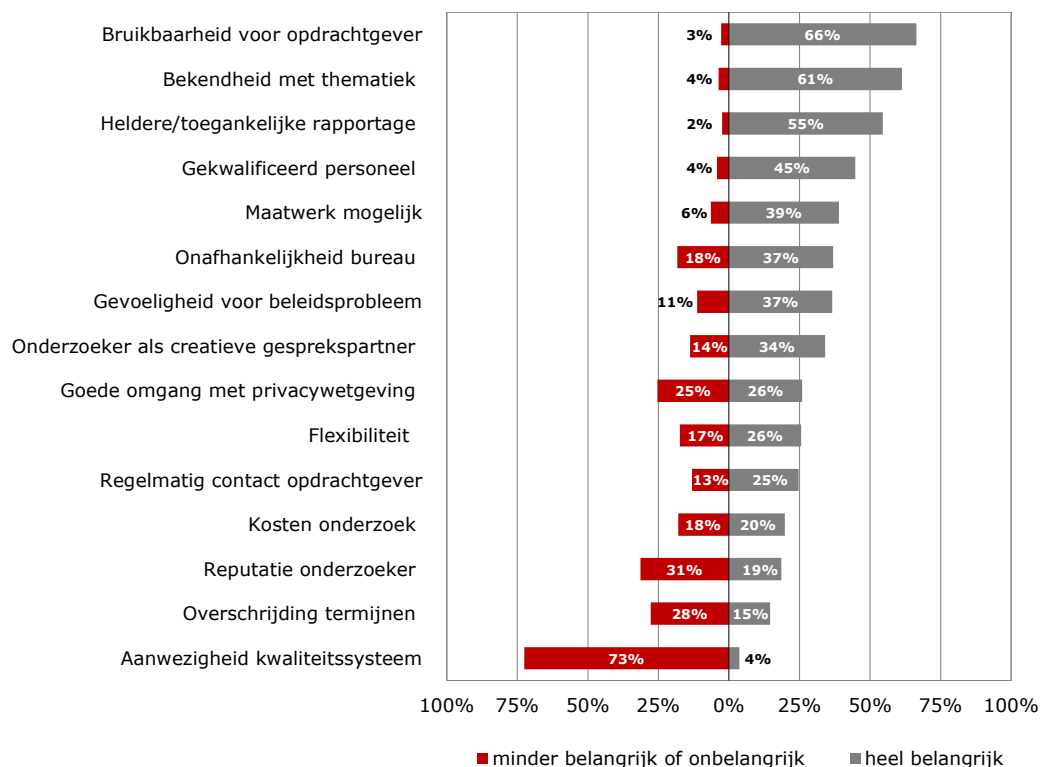
De respondenten konden op deze vraag antwoorden met *heel belangrijk*, *belangrijk*, *minder belangrijk*, *onbelangrijk* en *weet niet*.

In figuur 6 zijn de resultaten weergegeven. Aan de rechterkant van de figuur staat het percentage respondenten dat het betreffende criterium *heel belangrijk* vindt. Aan de linkerkant het percentage respondenten dat het criterium *minder belangrijk* of *onbelangrijk* vindt. Degenen die geen antwoord konden geven op het belang van de criteria (ongeveer 1 à 2% per criterium) en degenen die aangaven het criterium *belangrijk* te vinden, zijn in de figuur weggelaten.

Zoals te zien is springen er drie criteria qua belang uit: *bruikbaarheid* voor de opdrachtgever, *bekendheid met het onderwerp* van het onderzoek en een *heldere rapportage*. Of het onderzoeksbureau een kwaliteitssysteem heeft is nauwelijks van belang bij de gunningsfase van een onderzoek.

¹ De criteria werden random aangeboden.

figuur 6 Relatief belang criteria om een onderzoek uit te mogen voeren



Bron: VBO 2016

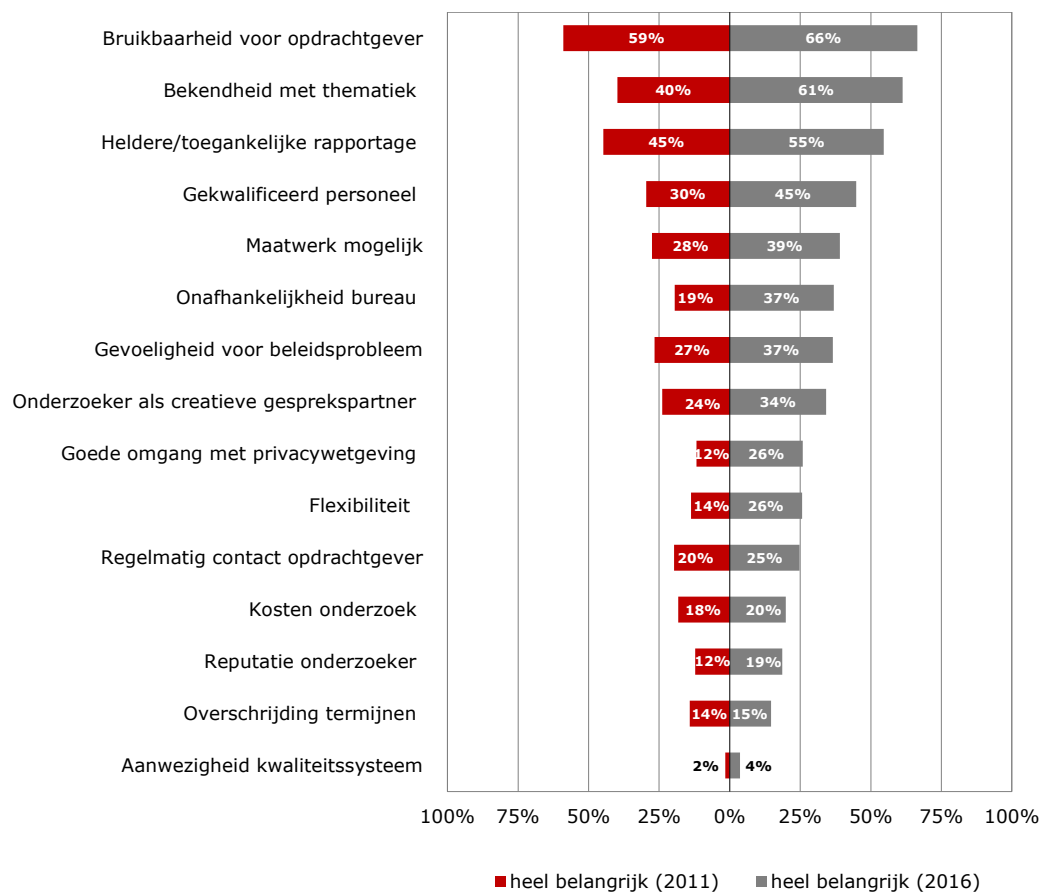
Vergelijking 2016 met 2011

In figuur 7 zijn de bovenstaande uitkomsten vergeleken met die uit 2011. In het figuur staan alleen de respondenten weergegeven die het betreffende criterium *heel belangrijk* vinden.

Uit figuur 7 blijkt dat er in het algemeen in 2016 meer waarde aan de criteria wordt gehecht. Echter er zijn drie criteria, die relatief grote verschillen tonen. Dit zijn:

1. bekendheid met thematiek
2. onafhankelijkheid bureau
3. gekwalificeerd personeel

figuur 7 Relatief belang criteria om een onderzoek uit te mogen voeren, vergelijking 2016 en 2011



Bron: VBO 2016

3 Bekendheid van de VBO-leden

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt aandacht besteed aan de bekendheid van de huidige 16 onderzoeksbureaus die zijn aangesloten bij de VBO. Indien mogelijk wordt een vergelijking met de resultaten uit 2011 gegeven.

3.2 Spontane bekendheid

De eerste vraag uit de enquête luidde: *Welke bureaus voor beleidsonderzoek kent u?* Op deze wijze moest achterhaald worden wat de spontane bekendheid is van de verschillende beleidsonderzoeksbureaus. Respondenten konden maximaal de namen van tien bureaus opschrijven. Uit de analyse blijkt dat 409 van de 446 respondenten (92 procent) tezamen 2.031 namen van bureaus hebben opgeschreven. Gemiddeld betekent dit 5 namen per respondent.

Onderstaande tabel toont de top 20 van de genoemde antwoorden, waarbij uitsluitend is aangegeven of het genoemde bureau een VBO-lid is of niet.

tabel 4 Spontaan genoemde bureaus voor beleidsonderzoek (n=446)

<i>Rangorde</i>	<i>Bureau</i>	<i>VBO lid</i>	<i>Aantal</i>	<i>Percentage</i>
1		Ja	145	33%
2		Ja	138	31%
3		Ja	117	26%
4		Ja	94	21%
5		Ja	73	16%
6	niet VBO-lid	Nee	71	16%
7	niet VBO-lid	Nee	62	14%
8		Ja	45	10%
9		Ja	42	9%
10	niet VBO-lid	Nee	41	9%
11	niet VBO-lid	Nee	40	9%
12	niet VBO-lid	Nee	35	8%
13	niet VBO-lid	Nee	30	7%
14		Ja	28	6%
15	niet VBO-lid	Nee	26	6%
16	niet VBO-lid	Nee	21	5%
17		Ja	20	5%
18	niet VBO-lid	Nee	20	5%
19	niet VBO-lid	Nee	19	4%
20	niet VBO-lid	Nee	19	4%
			446	

Bron: VBO 2016

De top 10 bestaat uit 7 VBO-bureaus en 3 niet VBO-bureaus. 8% van de respondenten weet geen enkel bureau spontaan te noemen.

In top 20 zitten 9 VBO bureaus. De overige 11 genoemde beo's zijn geen VBO lid. Als we inzoomen op de bij de VBO aangesloten bureaus, dan blijkt dat er 801 keer een VBO bureau wordt genoemd

Aantal genoemde bureaus

Evenals in 2011 hebben we gekeken hoeveel bureaus een respondent gemiddeld noemt. Tabel 5 toont hoeveel bureaus een respondent noemde.

tabel 5 Gemiddeld aantal spontaan genoemde VBO bureaus (N=446)

	<i>Aantal</i>	<i>Percentage</i>	<i>Cumulatief percentage</i>
Geen enkel	35	8%	8%
1 bureau	33	7%	15%
2 bureaus	56	13%	28%
3 bureaus	57	13%	41%
4 bureaus	68	15%	56%
5 bureaus	50	11%	67%
6 bureaus	40	9%	76%
7 bureaus	36	8%	84%
8 bureaus	23	5%	89%
9 bureaus	19	4%	93%
10 bureaus	29	7%	100%
Totaal	446	100,0	

Bron: VBO 2016

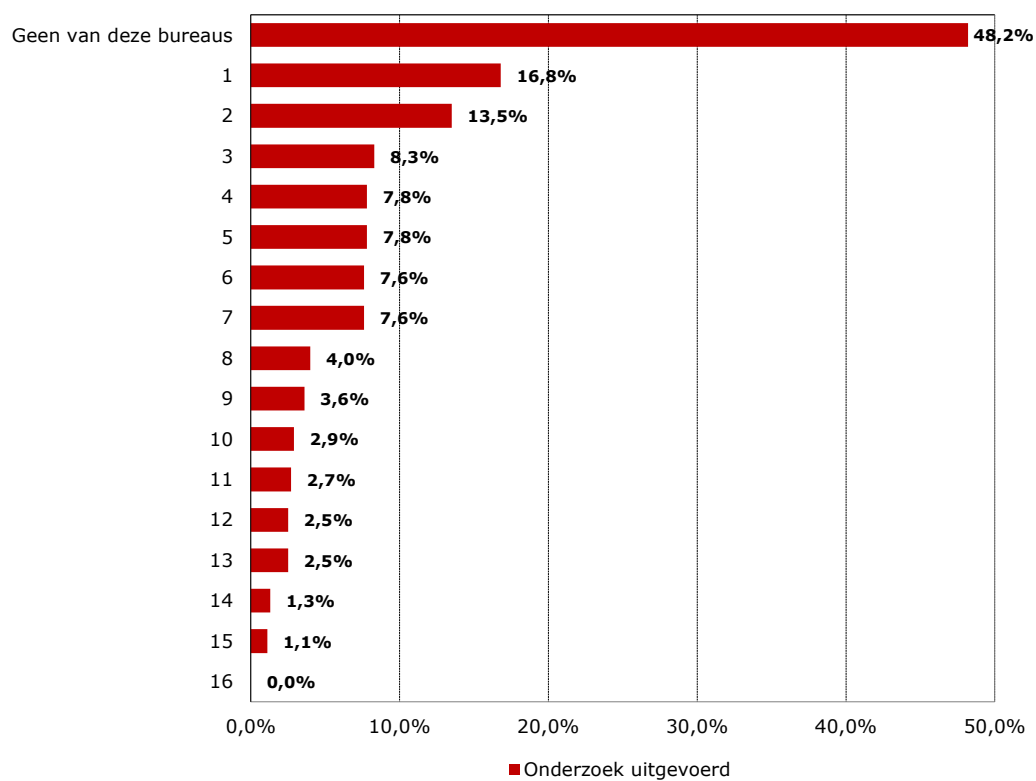
8% weet spontaan geen enkel bureau te noemen, 59% noemt 1 t/m 5 bureaus, 17% noemt er 6 of 7 en 16% noemt er 8 of meer.

3.3 Onderzoeksopdracht uitgevoerd

In de daaropvolgende vraag is de respondenten gevraagd aan te geven bij welk van deze bureaus/instituten voor beleidsonderzoek in de afgelopen twee jaar een onderzoekopdracht is uitgevoerd. De resultaten hiervan staan weergegeven in figuur 8. Omdat de respondenten meerdere onderzoeksbureaus konden aankruisen tellen de percentages niet op tot 100 procent.

Het onderzoeksbureau waarbij de respondenten het vaakst aangaven een onderzoek te hebben uitgevoerd deed voor 17% van de respondenten onderzoek. Eén van de 16 VBO-leden heeft onder de groep respondenten geen onderzoek uitgevoerd.

figuur 8 Bureaus/instituten voor beleidsonderzoek die een onderzoeksopdracht hebben uitgevoerd voor de respondenten (n=446)



Bron: VBO 2016

4 Waardering voor de VBO-leden

4.1 Inleiding

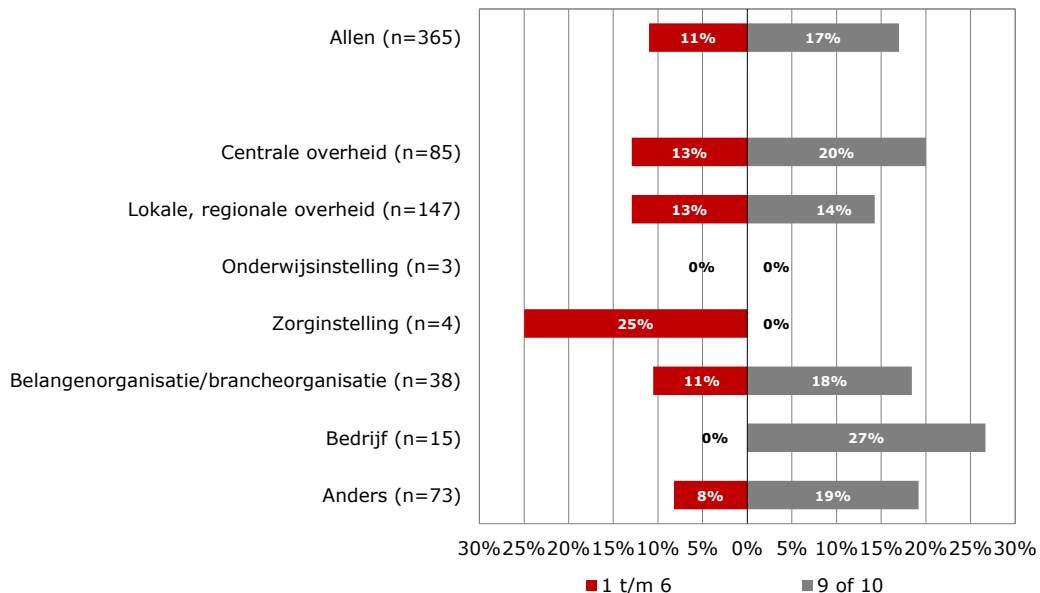
De waardering voor de verschillende VBO-leden is gevraagd aan de hand van integrale rapportcijfers. Hierbij kon men enkel een rapportcijfer geven aan de onderzoeksbureaus waarvan men eerder in de vragenlijst heeft aangegeven er zaken mee te hebben gedaan. Aan de respondenten werd de volgende vraag gesteld: *Kunt u met een rapportcijfer van 1 t/m 10 een algemeen kwaliteitsoordeel geven over het onderzoeksbureau als u daarmee daadwerkelijk ervaring heeft?* In dit hoofdstuk wordt ingegaan op deze waarderingen.

4.2 Algemene waardering

De range van gemiddelde rapportcijfers die respondenten hebben gegeven aan de VBO-leden, ligt tussen de 6,3 en 8,0 (in 2011 lag deze range tussen de 7,2 en 7,9). Gemiddeld krijgen de VBO-leden tezamen² in 2016 een 7,5. Dit is gelijk aan het gemiddelde rapportcijfer in 2011.

Wanneer we afzonderlijk kijken naar alle gegeven cijfers (n=365) dan ligt 11% hiervan tussen de 1 en 6, is 72% een 7 of 8 en geeft 17% van de respondenten een 9 of 10. In figuur 9 staat deze verdeling nader uitgesplit naar de zeven doelgroepen, waarbij alleen de laagste en hoogste beoordelingen zijn weergegeven.

figuur 9 Gegeven algemene rapportcijfers, onderscheiden naar doelgroepen



Bron: VBO 2016

² Het gemiddelde is berekend over 15 onderzoeksbureaus aangezien voor één van de onderzoeksbureaus is aangegeven dat hier geen opdrachten door zijn uitgevoerd in de afgelopen twee jaar.

4.3 NPS-scores

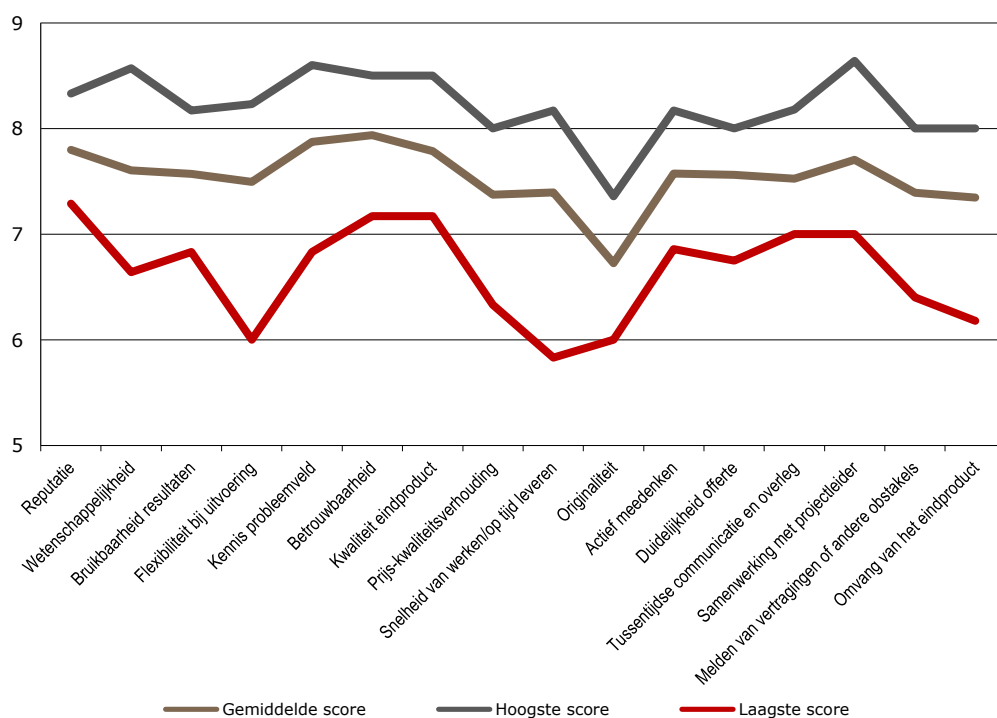
Aan de hand van de frequentieverdeling van de gegeven cijfers kan per bureau een 'soort' Net Promotor Score (NPS) worden berekend.³ Deze score geeft een beeld van de klanttevredenheid met het bureau. Met andere woorden, heeft het bedrijf meer actieve referenten (9 en 10) dan criticasters (1 tot en met 6)? De NPS score van alle VBO-leden gezamenlijk is 6%. In 2011 was deze nog -3%. Oftewel: er zijn in 2016 meer actieve referenten dan criticasters voor de 15 bureaus. De range tussen de leden van het VBO ligt tussen de -38% en 24%.

4.4 Specifieke waardering

Aan de respondenten is tevens gevraagd om de onderzoeksbureaus, waar men een beleidsonderzoek heeft laten uitvoeren, te waarderen op 16 aspecten die van belang kunnen zijn voor de beoordeling van een beleidsonderzoeksbureau.

In figuur 10 staan de resultaten vermeld. In de grafiek staan drie lijnen. De middelste lijn geeft, per aspect, de gemiddelde score (over alle VBO-leden) weer. De bovenste lijn verbindt de hoogste scores op de aspecten van de beoordeelde bureaus. De onderste lijn de laagste scores.

figuur 8 Waardering voor VBO-leden op 16 specifieke aspecten



Bron: VBO 2016

³ De NPS-score wordt officieel berekend aan de hand van de vraag 'in welke mate zou u bedrijf X aanbevelen bij uw vrienden?' Mensen geven een antwoord aan de hand van een score tussen de 1 en de 10. De NPS score wordt dan als volgt berekend: respondenten die een 9 of 10 geven minus de mensen die 6 of minder scoren.

De VBO-leden scoren gemiddeld het hoogst op de aspecten *betrouwbaarheid*, *kennis van het probleemveld*, *reputatie*, *kwaliteit van het eindproduct* en *samenwerking met projectleider*. Het laagst scoren ze op het aspect *originaliteit*.

Wanneer er per aspect wordt gekeken dan zien we grote en kleine verschillen. De twee hoogste scores krijgen de aspecten *samenwerking met de projectleider* en *kennis probleemveld*. De drie laagste scores zien we bij de aspecten *flexibiliteit bij uitvoering*, *originaliteit* en *snelheid van werken/op tijd leveren*.

De grootste afwijking is er bij de beoordeling van de aspecten *wetenschappelijkheid*, *snelheid van werken/op tijd opleveren* en *flexibiliteit bij de uitvoering*. De kleinste afwijking is er bij de aspecten *tussentijds communiceren* en *overleg*, *reputatie* en *duidelijkheid offerte*.

4.5 Extra analyse

Om te achterhalen welke van deze 16 aspecten het meest van invloed zijn op het totale rapportcijfer is een regressieanalyse uitgevoerd. Hieruit kwam naar voren dat er drie aspecten significant gerelateerd zijn aan het rapportcijfer dat door de respondenten wordt gegeven, namelijk: *reputatie*, *kwaliteit eindproduct* en *actief meedenken*. Hoe hoger gescoord wordt op deze variabelen, des te hoger het rapportcijfer is.

Daarnaast zijn ook correlaties berekend voor de 16 aspecten. Voor elk van de 16 aspecten geldt dat ze significant correleren met elkaar. Er is dus een grote overlap binnen de aspecten. Vandaar dat een factor analyse werd uitgevoerd om te bepalen of er achterliggende factoren bestaan waarnaar de aspecten zijn terug te brengen. Dit bleek inderdaad het geval.

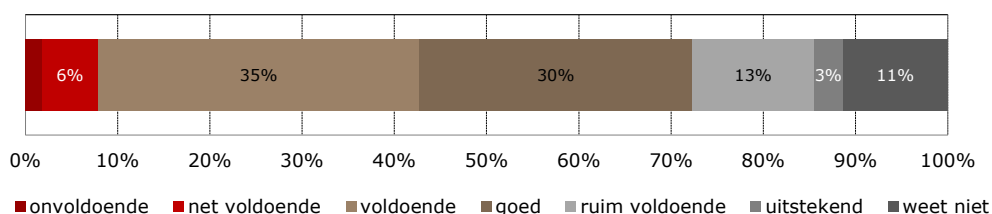
Er zijn twee overkoepelende factoren die de grootste invloed hebben op de beoordeling van een bedrijf. Het zwaarst weegt daarin mee de wijze waarop je met je opdrachtgevers omgaat (bijvoorbeeld snelheid van werken/op tijd leveren, actief meedenken, tussentijdse communicatie en overleg) de tweede factor heeft daarentegen meer te maken met de reputatie van het bedrijf.

5 Bruikbaarheid van beleidsonderzoek

5.1 Beoordeling bruikbaarheid onderzoek

Aan de respondenten is gevraagd om een beoordeling te geven van de bruikbaarheid van het beleidsonderzoek. Hiertoe werd de volgende vraag gesteld: *Hoe beoordeelt u doorgaans de bruikbaarheid van het beleidsonderzoek?* Respondenten kregen de mogelijkheid om te kiezen uit de volgende antwoordmogelijkheden: *onvoldoende, net voldoende, voldoende, goed, ruim voldoende* en *uitstekend*. De resultaten op deze vraag staan weergegeven in onderstaande figuur.

figuur 9 Bruikbaarheid beleidsonderzoek (n=446)

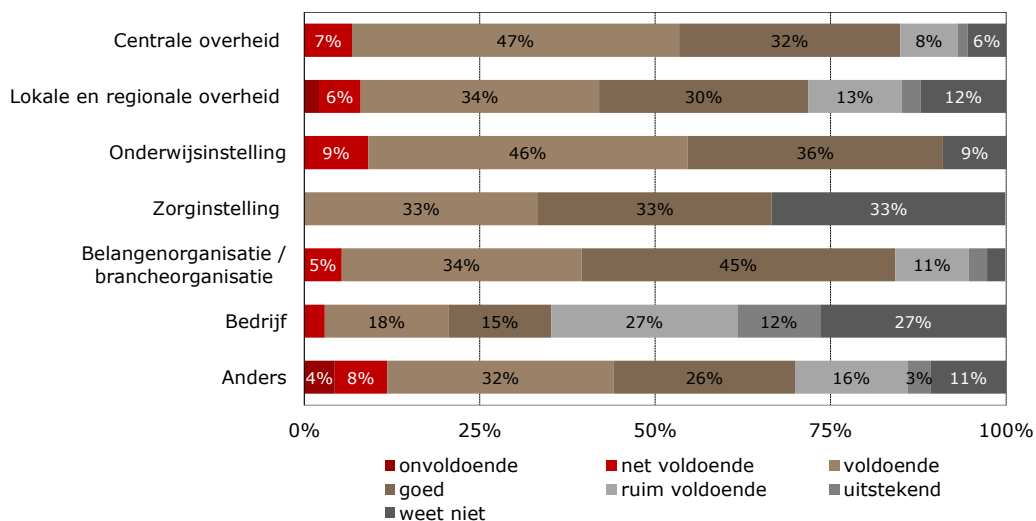


Bron: VBO 2016

Zoals te zien is in bovenstaande figuur geeft een meerderheid van de respondenten aan dat de bruikbaarheid van het beleidsonderzoek doorgaans voldoende tot uitstekend is. 2% vindt dat de bruikbaarheid doorgaans onvoldoende is.

Om meer inzicht te krijgen in de tevredenheid per doelgroep zijn de resultaten op deze vraag ook uitgesplitst per doelgroep. Figuur 12 laat de resultaten van deze vraag zien.

figuur 10 Bruikbaarheid beleidsonderzoek per doelgroep (N=446)



Bron: VBO 2016

Opvallend is dat de respondenten uit het bedrijfsleven vaker aangeven het onderzoek zeer bruikbaar te vinden. Van deze groep geeft 27% een ruim voldoende en 12% als beoordeling uitstekend. De lokale en regionale overheid is van de doelgroepen het minst te spreken over de bruikbaarheid van beleidsonderzoek. 2% geeft hiervoor een onvoldoende en 6% beoordeelt deze met net voldoende.

5.2 Hoe kan de bruikbaarheid verbeterd worden?

Als vervolgvraag konden de respondenten aangeven hoe de bruikbaarheid verbeterd zou kunnen worden. Door de respondenten zijn veel suggesties opgeschreven. Deze staan weergegeven in bijlage 2, gesorteerd naar doelgroep.

Evenals in 2011 is de verscheidenheid in de antwoorden groot. De gemaakte opmerkingen hebben grofweg te maken met *het begin van het onderzoekstraject* (de probleemanalyse), *het einde van het onderzoek* (conclusies en aanbevelingen), *de inhoud van de rapportage* en *de communicatie*. Voor elke van deze onderwerpen worden hieronder enkele treffende opmerkingen geciteerd.

Begin van het onderzoek

- "Beter op voorhand sparren over onderzoeksvragen en methode."
- "De juiste intake! Geschikte persoon aan de opdracht zetten."
- "De uitkomsten zijn doorgaans bruikbaar, maar regelmatig worden de verwachtingen niet waargemaakt."
- "Door alle onderzoeksvragen goed te beantwoorden en vooraf aangeven als de vragen niet beantwoord kunnen worden."
- "Door goed opgeleide en ervaren personeel/onderzoeker inzake het te onderzoeken beleidsterrein. Te vaak wordt iemand ingezet vanwege zijn beschikbaarheid in plaats van zijn capaciteiten/competenties."
- "Goed luisteren naar de opdrachtgever wat die wil weten/laten onderzoeken. Goede verhouding tussen theoretisch inzicht en praktische verbeterpunten."
- "Goede uitvraag bij begin van opdracht en vinger aan de pols houden bij opdrachtgever om te checken of het resultaat bruikbaar is voor de opdrachtgever."
- "Opdrachtgever meer doorvragen bij formuleren opdracht en tijdens uitvoering de vinger bij de opdrachtgever goed aan de pols houden."

Eind van het onderzoek

- "Bij/voor het definitief rapport doorpraten met de opdrachtgever over besteden politiek/bestuurlijk traject dat volgt, en daar naar toe schrijven, vooral in management samenvatting."
- "Denk vanuit de klant. Wat wil hij met de informatie en geef mondelinge uitleg over de resultaten."
- "Door goede en bondige samenvattingen en duidelijke en heldere aanbevelingen te doen voor het te voeren beleid. Daarbij oog hebben voor actualiteit en politieke en bestuurlijke verhoudingen."
- "Een sterke link tussen uitkomsten van het onderzoek, daaropvolgende adviezen en de toepasbaarheid van de adviezen is absoluut noodzakelijk maar ontbreekt vaak."

Inhoud van de rapportage

- "Aanbevelingen actief, concreet, feitelijk formuleren. Blijf niet hangen in algemene bewoordingen of jargon waarvan je achteraf niet kunt nagaan of het daadwerkelijk wordt gedaan."
- "Compacter rapporteren".
- "Conclusies en aanbevelingen blijven geregeld hangen in algemeenheden."

- "Helder formuleren niet steeds hetzelfde herhalen in de rapportagegeen opdrachten aannemen als de kennis over het onderwerp elders gehaald moet worden opleveren product volgens afspraak, in tijd en samenstelling."
- "Luister goed naar de signalen van de opdrachtgever. Gooi geen rapport over de heg. Ga geen eigen meningen doordrukken. Onderscheid beelden van harde feiten."
- "Meer kernachtige, goed communiceerbare conclusies. Bij kwalitatief onderzoek: meer duidelijkheid over wat de N is bij bepaalde conclusies."
- "Minder theoretisch, meer praktisch."

Communicatie

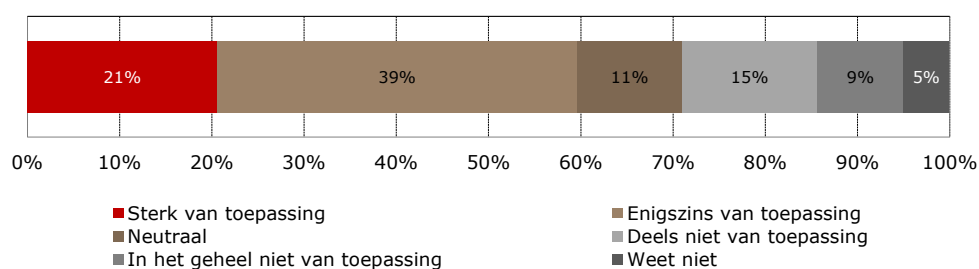
- "Goed tussentijds contact tussen onderzoekers en opdrachtgever; regelmatig op de hoogte houden van stand van zaken en meenemen in resultaten. ook belangrijk dat onderzoekers openstaan voor kennis die er al is bij de opdrachtgever"
- "Goede communicatie onderzoekers en opdrachtgevers; verstand van onderzoek bij opdrachtgever; verstand van beleid(-processen) bij onderzoeker"
- "Goede, intensieve communicatie tussen opdrachtgever en onderzoekers. Duidelijke offerterteaanvraag en offerte. Onduidelijkheden meteen verhelderen."

6 Stellingen beleidsonderzoek

Aan de respondenten is tevens een zestal stellingen voorgelegd met betrekking tot het laten uitvoeren van beleidsonderzoek. De respondenten konden hierbij aangeven in hoeverre elk van de stellingen voor hen van toepassing is. Dit hoofdstuk bespreekt de uitkomsten op deze vragen.

De eerste stelling die de respondenten kregen was de volgende: *"Beleids­onderzoek wordt uitbesteed, want er is onvoldoende capaciteit intern"*. In figuur 13 staan de antwoorden op deze vraag weergegeven.

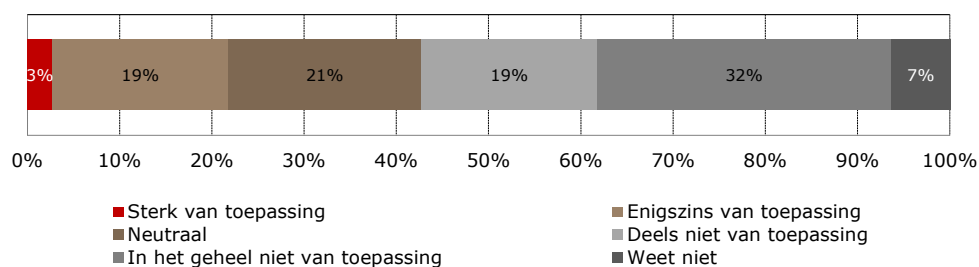
figuur 11 Stelling: Beleids­onderzoek wordt uitbesteed, want er is onvoldoende capaciteit intern (n=466)



Bron: VBO 2016

Zoals te zien is in bovenstaand figuur, geeft meer dan de helft van de respondenten aan beleids­onderzoek (in meer of mindere mate) uit te besteden omdat er onvoldoende interne capaciteit is om het onderzoek uit te voeren. Voor bijna een kwart van de respondenten is dit echter (bijna) niet aan de orde.

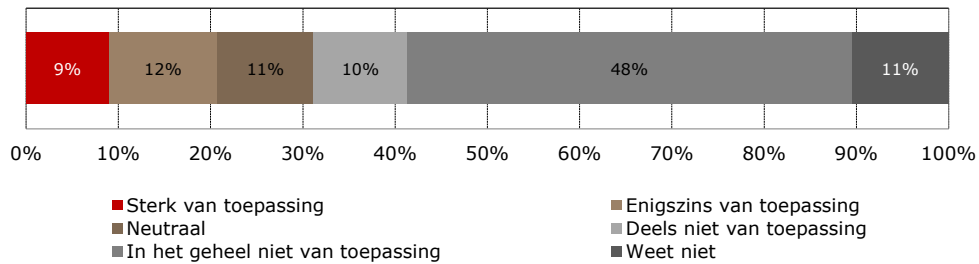
figuur 12 Stelling: Er is steeds minder behoefte aan beleids­onderzoek in onze organisatie (n=446)



Bron: VBO 2016

De behoefte aan beleids­onderzoek is nog steeds in grote mate aanwezig bij de organisaties waarin de respondenten werkzaam zijn. Bij ongeveer een derde van de respondenten is er geen sprake van een verminderde behoefte en bij nog eens 19% is de stelling deels niet van toepassing. 3% van de respondenten geeft echter aan dat er bij hun bedrijf wel degelijk sprake is van minder behoefte aan beleids­onderzoek.

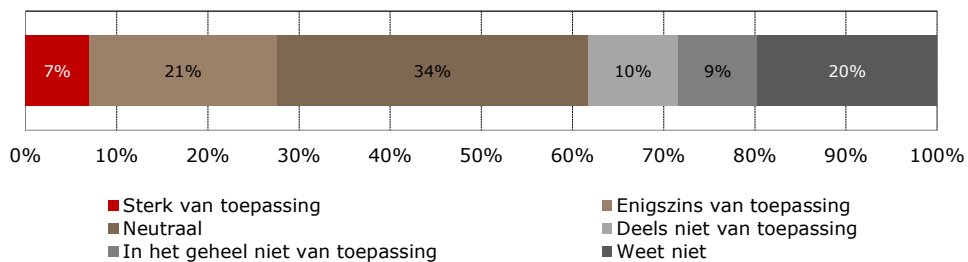
figuur 13 Stelling: Er is een verplichting om beleidsonderzoek extern aan te besteden (n=446)



Bron: VBO 2016

Op de stelling "*Er is een verplichting om beleidsonderzoek extern aan te besteden*" antwoordden bijna de helft van de respondenten dat dit totaal niet van toepassing is. Voor 9% van de respondenten geldt dat er wel sprake is van een verplichting om beleidsonderzoek extern aan te besteden.

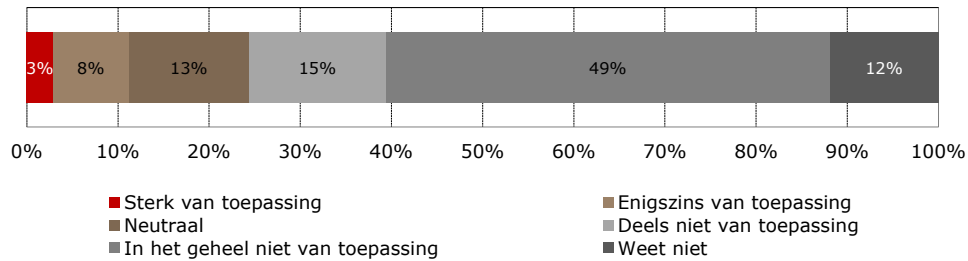
figuur 14 Stelling: De planning van het onderzoek is belangrijker dan dat de bureaus inschatten (n=446)



Bron: VBO 2016

Meer verdeeldheid is er over de stelling dat het de planning van het onderzoek belangrijker is dan dat de bureaus inschatten. 28% van de respondenten is het hier (in meer of mindere mate) mee eens en 19% is het hier (in meer of mindere mate) mee oneens.

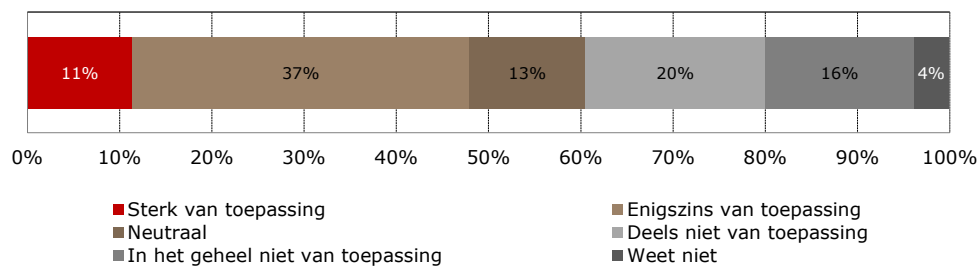
figuur 15 Stelling: Er is een beleidslijn om beleidsonderzoek niet meer te laten uitvoeren (n=446)



Bron: VBO 2016

De volgende stelling die de respondenten voorgelegd kregen, was "Er is een beleidslijn om beleidsonderzoek niet meer te laten uitvoeren". Zoals hierboven in figuur 19 is te zien geeft bijna de helft van de respondenten aan dat hiervan absoluut geen sprake is. Voor slechts 3% geldt dat er inderdaad een beleidslijn is om beleidsonderzoek niet meer te laten uitvoeren.

figuur 18 Stelling: Beleidsonderzoek wordt uitbesteed, want er is onvoldoende kennis in huis (n=446)



Bron: VBO 2016

Tot slot werd er gevraagd of beleidsonderzoek wordt uitbesteed door bedrijven in verband met onvoldoende interne kennis. Bijna de helft van de respondenten, namelijk 48%, geeft aan dat onvoldoende kennis inderdaad (in meer of mindere mate) een reden is om beleidsonderzoek uit te besteden. 36% van de respondenten antwoordt dat onvoldoende kennis (in meer of mindere mate) niet een reden is om beleidsonderzoek uit te besteden.

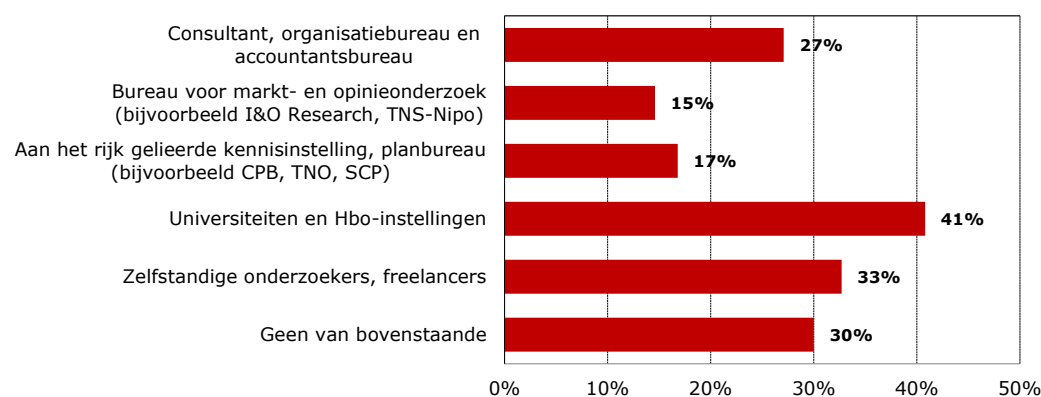
7 Andere aanbieders beleidsonderzoek

7.1 Uitvoering beleidsonderzoek

Beleids­onderzoek wordt niet alleen uit­gevoerd door gespecialiseerde onder­zoeksbureaus. Er zijn ook andere aan­bieders op de markt die dit kunnen verzorgen. Aan de respondenten werd vijf andere aan­bieders van beleidsonderzoek getoond. Hierbij was de vraag om aan te geven welk van de aanbieders in de afgelopen twee jaar een onderzoek­opdracht hebben uit­gevoerd.

De resultaten op deze vraag staan weergegeven in figuur 19. Omdat de respondenten meerdere antwoorden konden selecteren tellen de antwoorden niet op tot 100%.

figuur 19 Beleids­onderzoek uit­gevoerd door andere aan­bieders (n=446)



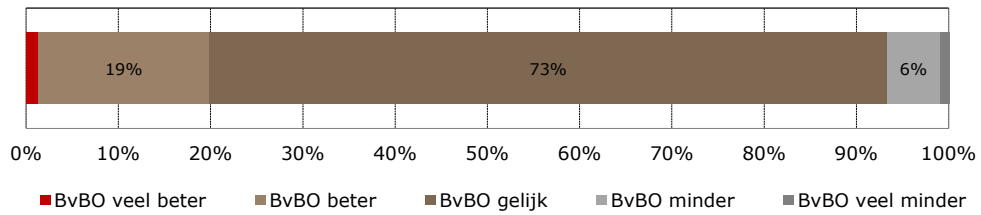
Bron: VBO 2016

Verreweg de meeste respondenten geven aan te kiezen voor universiteiten en Hbo-instellingen voor het uitvoeren van beleidsonderzoek, indien ze gebruik maken van een andere aanbieder (41%). Het minst wordt er gebruik gemaakt van bureaus voor markt- en opinieonderzoek (15%).

7.2 Beoordeling BvBO's versus andere aanbieders

De respondenten die in de vorige vraag aangaven beleidsonderzoek uit te laten voeren door andere aanbieders, kregen de volgende vraag: *"In welke mate scoren gespecialiseerde bureaus voor beleidsonderzoek (afgekort BvBO's) in het algemeen beter of slechter dan deze andere aanbieders?"*. Figuur 20 toont de antwoorden van de respondenten.

figuur 16 Beoordeling BvBO's versus andere aanbieders (n=312)



Bron: VBO 2016

Uit het figuur komt duidelijk naar voren dat de respondenten de BvBO's en andere aanbieders over het algemeen gelijk scoren (73%). Klaarblijkelijk zijn er dus geen grote verschillen die leiden tot een substantieel andere beoordeling. Wanneer er gekeken wordt naar de overige antwoorden, dan valt op dat een meerderheid van de respondenten de BvBO's beter beoordeelt dan slechter (20% versus 7%).

8 Conclusies

Het huidige onderzoek, dat in het voorjaar van 2016 onder de klanten en relaties van VBO-leden is uitgevoerd heeft veel informatie opgeleverd. De belangrijkste conclusies die uit dit onderzoek getrokken kunnen worden zijn:

8.1 Selectiecriteria voor gunning

De *bruikbaarheid voor de opdrachtgever* is volgens de klanten en relaties van VBO-leden het belangrijkste aspect bij het kiezen van een beleidsonderzoeksbureau. De *bekendheid met veld en thematiek* en het leveren van een *heldere en toegankelijke rapportage* vormen het tweede en derde criteria voor het selecteren van een beleidsonderzoeksbureau. In hoofdstuk 2 blijkt dat deze criteria robuust zijn: alle drie de aspecten stonden in de meting van 2011 ook in de top-3.

De *aanwezigheid van een kwaliteitssysteem* is volgens de respondenten niet een belangrijk criterium om een onderzoeksbureau te kiezen. Hetzelfde geldt voor het criteria *overschrijding termijnen* en *reputatie onderzoeker*.

8.2 Bekendheid VBO-leden

Om te achterhalen wat de spontane bekendheid is van de verschillende beleidsonderzoeksbureaus werd de volgende vraag voorgelegd: *Welke bureaus voor beleidsonderzoek kent u?* Uit de analyse blijkt dat 409 van de 446 respondenten (92 procent) tezamen 2.031 namen van bureaus hebben opgeschreven. Gemiddeld betekent dit 5 namen per respondent. 8% weet spontaan geen enkel bureau te noemen, 59% noemt 1 t/m 5 bureaus, 17% noemt er 6 of 7 en 16% noemt er 8 of meer. Als we inzoomen op de bij de VBO aangesloten bureaus, dan blijkt dat er 801 keer een VBO bureau wordt genoemd.

8.3 Waardering VBO-leden

Gemiddeld krijgen de VBO-leden in 2016 een 7,5. Dit is gelijk aan het gemiddelde rapportcijfer in 2011. Wanneer gekeken wordt naar de beoordeling op de 16 beoordelingsaspecten dan blijkt dat de VBO-leden gemiddeld het hoogst scoren op de aspecten *samenwerking met de projectleider* en *kennis probleemveld*. Het laagst scoren ze op de aspecten *flexibiliteit bij uitvoering*, *originaliteit* en *snelheid van werken/op tijd leveren*.

8.4 Bruikbaarheid beleidsonderzoek

Een meerderheid van de respondenten geeft aan dat de bruikbaarheid van het beleidsonderzoek doorgaans voldoende tot uitstekend is. Slechts 2% vindt dat de bruikbaarheid doorgaans onvoldoende is. Aan de personen die aangaven dat de bruikbaarheid onvoldoende, net voldoende of voldoende was, werd gevraagd naar verbeteruggesties. Evenals in 2011 is de verscheidenheid in de antwoorden groot. De gemaakte opmerkingen hebben grofweg te maken met het begin van het onderzoekstraject (de probleemanalyse), het einde van het onderzoek (conclusies en aanbevelingen), de inhoud van de rapportage en de communicatie met de opdrachtgever.

8.5 Stellingen beleidsonderzoek

Aan de respondenten is een zestal stellingen voorgelegd met betrekking tot het laten uitvoeren van beleidsonderzoek. De respondenten konden hierbij aangeven in hoeverre elk van de stellingen voor hen van toepassing is. De opvallendste uitkomsten op een rijtje:

- Meer dan de helft van de respondenten geeft aan beleidsonderzoek (in meer of mindere mate) uit te besteden omdat er onvoldoende interne capaciteit is om het onderzoek uit te voeren.
- De behoefte aan beleidsonderzoek is nog steeds in grote mate aanwezig bij de organisaties waarin de klanten en relaties van VBO-leden werkzaam zijn.
- Op de stelling "*Er is een verplichting om beleidsonderzoek extern aan te besteden*" antwoordden bijna de helft van de respondenten dat dit totaal niet van toepassing is.
- Er is verdeeldheid over de stelling dat het de planning van het onderzoek belangrijker is dan dat de bureaus inschatten. 28% van de respondenten is het hier (in meer of mindere mate) mee eens en 19% is het hier (in meer of mindere mate) mee oneens.
- Bijna de helft van de respondenten geeft aan dat er absoluut geen sprake is van een beleidslijn om beleidsonderzoek niet meer uit te laten voeren.
- Onvoldoende kennis is voor volgens de respondenten inderdaad een belangrijke reden om beleidsonderzoek uit te besteden.

8.6 Andere aanbieders beleidsonderzoek

Verreweg de meeste respondenten geven aan te kiezen voor universiteiten en Hbo-instellingen voor het uitvoeren van beleidsonderzoek, indien ze geen gebruik maken van een gespecialiseerd onderzoeksbureau. Het minst wordt er gebruik gemaakt van bureaus voor markt- en opinieonderzoek. Volgens de klanten en relaties van VBO-leden scoren de BvBO's en andere aanbieders over het algemeen gelijk wanneer ze een algemene beoordeling moeten geven.

In 2016 waren de volgende bureaus aangesloten bij de
Vereniging voor Beleidsonderzoek

De Vereniging voor
 Beleidsonderzoek **VBO** is de
 Nederlandse brancheorganisatie
 van het beleidsonderzoek dat op
 marktconforme basis wordt
 uitgevoerd.

**Vereniging voor
 Beleidsonderzoek**

Postbus 31070
 6503 CB Nijmegen
 T: 024 3512106
info@beleidsonderzoek.nl
www.beleidsonderzoek.nl

Colofon

© Vereniging voor
 Beleidsonderzoek
 Nijmegen, 2017

Overname van gegevens uit deze
 rapportage is toegestaan, mits
 deze uitgave duidelijk als bron
 wordt vermeld.

