

Publication List Professor Dr E.A.G. Groenland

Journal articles

Groenland, E.A.G., & Jansen, H. (2010). Kwalitatieve analyse in marktonderzoek : De matrixmethode. *Kwalon*, 15(1), 43-48.

Groenland, E.A.G. (2010). De online groepsdiscussie in het marktonderzoek : Potentie en prestatie. Commentaar bij de bijdragen van Wittenberg en Bruins. *Kwalon*, 15(2).

Bots, J.M., Groenland, E.A.G., & Swagerman, D. (2009). An empirical test of Birkett's competency model for management accountants : A confirmative study conducted in the Netherlands. *Journal of Accounting Education*, 27(1), 1-13.

Groenland, E.A.G. (2009). De onderzoeksopzet in commercieel onderzoek. *Kwalon*, 14(1), 45-51.

Groenland, E.A.G. (2009). Tellen of snappen. *Kwalon*, 14(2), 16.

Groenland, E.A.G. (2008). De verhouding tussen kwalitatieve en kwantitatieve onderzoeksbenaderingen in commercieel onderzoek. *Kwalon*, 13(2), 11-13.

Groenland, E.A.G. (2007). Focusgroep versus diepte-interview in marktonderzoek. *Kwalon*, 12(1), 11-12.

Groenland, E.A.G. (2007). Imago-onderzoek : Een kwalitatieve benaderingsmethode. *Kwalon*, 2.

Groenland, E.A.G. (2006). De steekproeftrekking en de selectie van respondenten in commercieel kwalitatief onderzoek. *Kwalon*, 11(3), 21-26.

Groenland, E.A.G. (2002). Qualitative research to validate the RQ dimensions. *Corporate Reputation Review*, 4(4), 308-315.

Gouw, M. de, & Groenland, E.A.G. (2001). Propensity weighting : Een nieuwe methode voor het wegen van onderzoeksgegevens. *Onderzoek*, 19(4), 18-21.

Groenland, E.A.G., Kuylen, A.A.A., & Bloem, J.G. (1996). The dynamic process tracing approach : Towards the development of a new methodology for the analysis of complex consumer behaviours. *Journal of Economic Psychology*, 17(6), 809-826.

Groenland, E.A.G., Bloem, J.G., & Kuylen, A.A.A. (1996). Prototypicality and structure of the saving concept for consumers. *Journal of Economic Psychology*, 17(6), 691-708.

Veldhoven, G.M. van, & Groenland, E.A.G. (1993). Exploring saving behaviour : A framework and a research agenda. *Journal of Economic Psychology*, 14(3), 507-522.

Robben, H.S.J., & Groenland, E.A.G. (1993). The future of economic psychology [editorial]. *Journal of Economic Psychology*, 14(3), 455-460.

Groenland, E.A.G. (1992). Developing a dynamic research strategy for the economic psychological study of taxation. *Journal of Economic Psychology*, 13(4), 589-596.

Groenland, E.A.G. (1991). Een empirische vergelijking tussen de Likert-schaal meettechniek en Magnitude Estimation bij computergestuurde enquêtering. *Onderzoek*, 9, 28-30.

Groenland, E.A.G., & Veldhoven, G.M. van. (1983). Tax evasion behavior : A psychological framework. *Journal of Economic Psychology*, 3, 129-144.

Chapter in book

Groenland, E.A.G. (2001). Online kwalitatief marktonderzoek : Theoretische en conceptuele uitdagingen. In Jaarboek Markt Onderzoeker Associatie (MOA) 2002 : Ontwikkelingen in het marktonderzoek. Haarlem.

Groenland, E.A.G. (1999). Saving. In Peter E. Earl and Simon Kemp (ed.) the Elgar companion to consumer research and economic psychology. (pp. 516-524). Cheltenham: Elgar. ISBN 1858985544.

Groenland, E.A.G. (1999). Teaching macro economic issues to students from various backgrounds (How to turn suet pudding into soufflé). In Paul Webley and Catherine M. Walker Handbook for the teaching of economic and consumer psychology. Exeter: Washington Singer Press. ISBN 1873053045.

Groenland, E.A.G. (1993). Spaargedrag van huishoudens. In Recente ontwikkelingen in het marktonderzoek : Jaarboek van de Nederlandse Vereniging van Marktonderzoekers 1993-1994. (pp. 217-249). Haarlem: De Vrieseborch.

Grumbkow, J. von, & Groenland, E.A.G. (1985). Weerstand tegen belastingen. In Jasper von Grumbkow; Dik van Kreveld; P. Stringer Toegepaste sociale psychologie : Deel 1. Lisse: Swets & Zeitlinger. ISBN 9026506341.

Poiesz, Th.B.C., & Groenland, E.A.G. (1982). Overheidsmaatregelen en individueel gedrag. In G.M. van Veldhoven, E.M.H. Hirsch Ballin ... et al. (red.) ; auteurs F. Boekema ... et al.] Overheidsbemoeyenis : Opstellen uitgegeven ter gelegenheid van het 11de lustrum van de Katholieke Hogeschool te Tilburg. Deventer: Kluwer. ISBN 9026813449.

Groenland, E.A.G. (1982). Psychologische aspecten van belastingontduiking : Een theoretische verkenning. In J.H.G. Segers, Ignace Th.M. Snellen, A.M.C. Vissers (red.) Stagnatie en herbezinning : Sociaal-wetenschappelijk onderzoek en beleid in de jaren '80. Pitman-Fanoyboeken.

White papers

Groenland, E.A.G. (2009). ANNABEL toolbox probleemanalyse. Breukelen: Nyenrode Business Universiteit.

Groenland, E.A.G. (2009). ANNABEL toolbox problem analysis. Breukelen: Nyenrode Business Universiteit.

Groenland, E.A.G. (2001). Online kwalitatief marktonderzoek : Theoretische en conceptuele uitdagingen.

Groenland, E.A.G. (2001). The reputation quotient in the Netherlands : A qualitative study.

Conference proceedings

Bots, J.M., Groenland, E.A.G., & Swagerman, D.M. (2005). An empirical test of Birkett's competency model for management accountants : A confirmative study in the Netherlands. In Conference of the European Accounting Association (EAA).Gothenburg May 18-20

Groenland, E.A.G., Pepermans, R., & Stalpers, J. (2001). Subjective experience of health : A qualitative analysis. In XXVI Annual Colloquium of the International Association of Economic Psychology, Bath (UK) (2001).

Groenland, E.A.G., & Bloem, J.G. (1999). Analysing and reporting on empirical qualitative data : Towards the development of analysis heuristics for applied scientific studies. In INQUIRIES into the nature and causes of behavior. Proceedings of IAREP – XXIV Annual Colloquium, Belgrate, June 30 – July 3, 1999, Italy

Groenland, E.A.G., & Kuylen, A.A.A. (1995). Dynamic process tracing approach : Towards the development of a new methodology for the analysis of complex consumer behaviours. In E. Nyhus and S.V. Troye (eds.) Frontiers in economic psychology. (pp. 238-252). Bergen: Norwegian School of Economics and Business Administration.

Robben, H.S.J., & Groenland, E.A.G. (1992). Are there psychological factors that threaten the validity of PC-based magnitude estimation procedures? : Consequences for marketing research. In Klaus G. Grunert and Dorthe Fuglede (eds.) Marketing for Europe-Marketing for the future. (pp. 1037-1047). Aarhus: Aarhus School of Business. ISBN 8789695070. Proceedings of the 21st Annual Conference of the European Marketing Academy