



# marktonderzoek in een notendop

2 TIN – IT Management track –  
22 februari 2018

**DE HOGESCHOOL  
MET HET NETWERK**

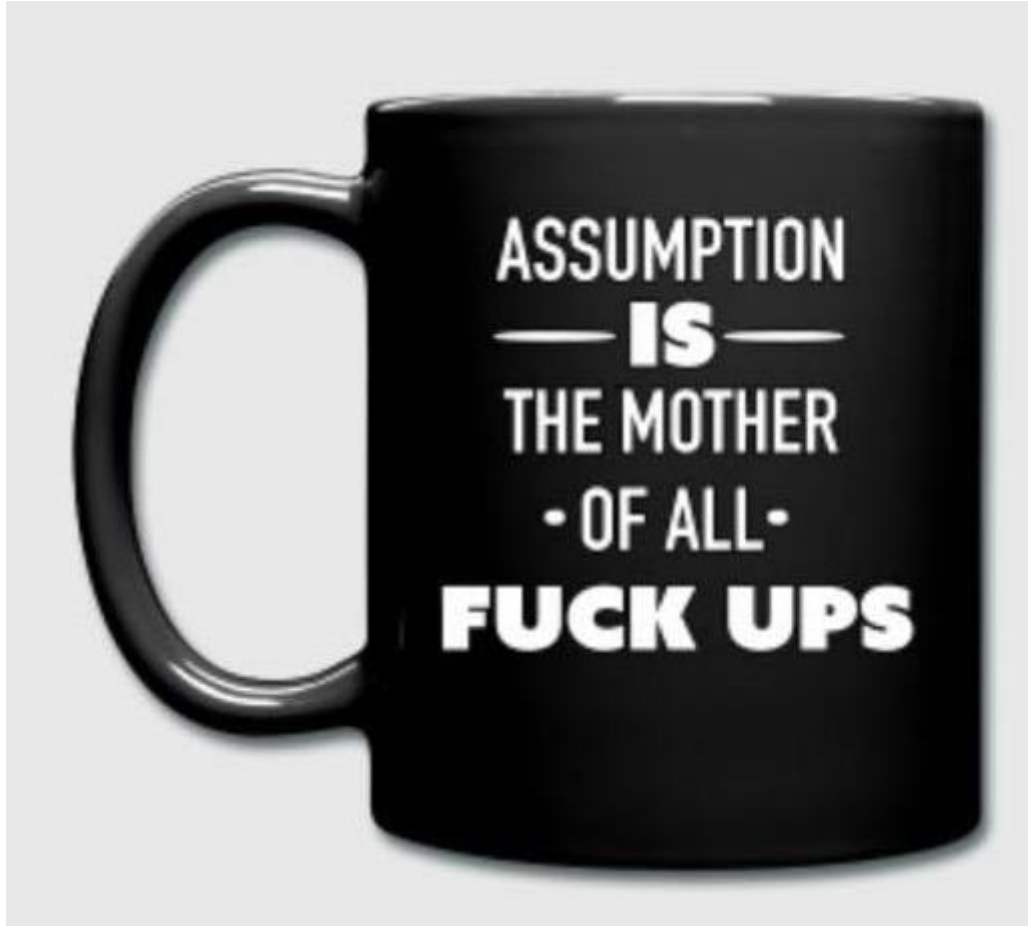
Hogeschool PXL – Elfde-Liniestraat 24 – B-3500 Hasselt  
[www.pxl.be](http://www.pxl.be) - [www.pxl.be/facebook](https://www.pxl.be/facebook)



# wat gaan we deze namiddag bekijken?

- **waarom marktonderzoek?**
- **belangrijkste soorten marktonderzoek**
- **desk research: bronnen**
- **field research: methodes**
- **een goede vragenlijst opmaken**
- **samenstelling steekproef - representativiteit**

# 1. waarom marktonderzoek?



# 1. waarom marktonderzoek?

“het innovatiekerkhof ligt vol met producten en diensten die mislukt zijn”

*bron: Sjors Van Leeuwen, Indora Managementsadvies, mei 2013*

voornaamste redenen:

- leiderschap ontbreekt
- geen innovatiecultuur
- **te weinig klantvoordeel**
- **verkeerde timing**
- **te snel willen scoren**



*bron: Innovatieblunders – uitg. Van Duuren Media*

Meten = weten, doe  
een marktonderzoek!



## 2. belangrijkste soorten marktonderzoek

### 1. kwantitatief >< kwalitatief

- kwantitatief: aantal respondenten = belangrijk
- kwalitatief: kwaliteit gegeven antwoorden telt

### 2. desk research >< field research

- desk: reeds bestaande gegevens analyseren  
“secundaire bronnen”: goedkoper
- field: zelf gegevens verzamelen  
“primaire gegevens”: duurder

## 2. belangrijkste soorten marktonderzoek

### 3. exploratief >< conclusief

- exploratief: oriënterend onderzoek
- conclusief: uitgebreid onderzoek



- ✚ beschrijvend onderzoek: wie, wat waar, wanneer, hoe, ...
- ✚ verklarend onderzoek: waarom?
- ✚ causaal onderzoek: verbanden zoeken

# stappen in het onderzoeksproces





# 3. desk research: bronnen

## 1. interne bronnen

- in de organisatie aanwezig
- bv: verkoopcijfers, aankoopgedrag klanten, coupons, financiële gegevens, klachten, ...

## 2. externe bronnen

- niet in de organisatie aanwezig
- DESTEP methode:
  - Demografisch
  - Economisch
  - Sociaal / Cultureel
  - Technologisch
  - Ecologisch
  - Politiek / Juridisch

# 3. desk research: bronnen

## voorbeelden van DESTEP:

<b>DEMOGRAFISCH</b> leeftijdsopbouw groei en omvang grootte huishoudens mate van urbanisatie	<b>ECONOMISCH</b> conjunctuur koopkracht import/export werkloosheid
<b>SOCIAAL/CULTUREEL</b> levensstijl vrijtijdsbesteding opleidingsniveau aantal tweeverdieners	<b>TECHNOLOGISCH</b> informatievoorziening nieuwe producten verandering in levensstijl dmv technologie mate van adaptie van technologie
<b>ECOLOGISCH</b> klimaat weer milieutechnologie zorg voor landschap	<b>POLITIEK/JURIDISCH</b> wetgeving mate van interventie in de economie invloed van overheid op bedrijven politieke invloeden

# 3. desk research: bronnen

## mogelijke bronnen:

❖ bevoorrechte getuigen

❖  goudengids.be : [www.goudengids.be](http://www.goudengids.be)

❖  **SERV** : [www.serv.be](http://www.serv.be)  
sterk door overleg

❖  **POM** Provinciale Ontwikkelingsmaatschappij Limburg  : [www.pomlimburg.be](http://www.pomlimburg.be)

❖  **economie** FOD Economie, K.M.O., Middenstand en Energie : NIS : <http://statbel.fgov.be/nl/statistieken/cijfers/>

❖  **FLANDERS INVESTMENT & TRADE** : [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

❖  **Wallonia.be** EXPORT INVESTMENT  : [www.awex.be](http://www.awex.be)

❖  **invest-export.brussels**  : [www.invest-export.brussels.be](http://www.invest-export.brussels.be)

# 3. desk research: bronnen

## mogelijke bronnen (vervolg):

❖  **Nationale Bank**  
Eurosysteem VAN BELGIË : [www.nbb.be](http://www.nbb.be)

❖ alle banken en financiële instellingen

❖  : E.U. – commissies

❖  **Kamer van  
Koophandel**  
Limburg : [www.voka.be/limburg](http://www.voka.be/limburg)

❖  **unizo**  
LIMBURG : [www.unizo.be](http://www.unizo.be)

❖  **AGENTSCHAP  
INNOVEREN &  
ONDERNEMEN**  **Vlaanderen**  
is ondernemen : [www.vlaio.be](http://www.vlaio.be)

❖  **vkwl limburg** : [www.vkw-limburg.be](http://www.vkw-limburg.be)

# 3. desk research: bronnen


## mogelijke bronnen (vervolg):

❖ adresleveranciers :

 : [www.ddb.be](http://www.ddb.be)

GROWING RELATIONSHIPS THROUGH DATA

 : [www.bisnode.be](http://www.bisnode.be)

 : [www.be.kompass.com](http://www.be.kompass.com)

Connects business to business

 : [www.graydon.be](http://www.graydon.be)

open in business

 : [www.adhocdata.be](http://www.adhocdata.be)

...

❖  : [www.marketing.be](http://www.marketing.be)

BELGIAN  
ASSOCIATION  
OF MARKETING

❖  : [www.feweb.be](http://www.feweb.be)

federatie van webbedrijven

# 3. desk research: bronnen

## mogelijke bronnen (vervolg):

❖  Roularta Business Information  : [www.trendstop.knack.be](http://www.trendstop.knack.be)

❖  : [www.bvdinfo.com](http://www.bvdinfo.com)


❖  VBO  : [www.vbo.feb.be](http://www.vbo.feb.be)

❖  : [www.ubabelgium.be](http://www.ubabelgium.be)

❖ **acc** belgium : [www.accbelgium.be](http://www.accbelgium.be)

❖  : [www.cim.be](http://www.cim.be)

❖  : [www.insites.be](http://www.insites.be)

❖ **ESOMAR**  : [www.esomar.org](http://www.esomar.org)

# 3. desk research: bronnen

## mogelijke bronnen (vervolg):

- ❖ andere beroepsverenigingen



: [www.febetra.be](http://www.febetra.be)



: [www.comeos.be](http://www.comeos.be)



: [www.fedustria.be](http://www.fedustria.be)



: [www.febelauto.be](http://www.febelauto.be)

**.AGORIA** : [www.agoria.be](http://www.agoria.be)

- ❖ universiteiten en hogescholen
- ❖ vaktijdschriften
- ❖ juridische bronnen
- ❖ **internet** (maar wees kritisch !)

# 3. desk research: bronnen

## tips:

- ✗ tijdstip van het verzamelen
- ✗ probeer steeds de originele bron te vinden
- ✗ vergelijk meerdere bronnen en probeer eventuele verschillen te ontdekken
- ✗ manier van rapporteren en presenteren van resultaten kan verschillen, dus moeilijk te vergelijken
- ✗ zijn de gegevens op een correcte manier verzameld?  
was de steekproef juist?  
op welke manier is de enquête verricht?  
welke waarschijnlijkheden zijn ingecalculeerd?



## 4. field research: methodes

1. enquêtes
2. panelonderzoek
3. diepteinterviews
4. focusgroepen
5. observaties
6. experimenten
7. laboratoriumtesten
8. projectietechnieken

## 4. field research: methodes

1. enquêtes
2. panelonderzoek
3. diepteinterviews
4. focusgroepen
5. observaties
6. experimenten
7. laboratoriumtesten
8. projectietechnieken



# 4. field research: enquêtemethodes

## 1. persoonlijke interviews

- face-to-face
- nodig bij complexe problemen en bij verklarend onderzoek
- bij respondent thuis of op locatie
- op voorhand aankondigen
- de rol van de enquêteur is hier erg belangrijk!

### voordelen:

- veel informatie verzamelen
- representatief indien steekproef goed samengesteld
- vergissingen en misverstanden kunnen ter plekke worden rechtgezet
- er kunnen dingen getoond worden (vb stalen, documentatie)
- zekerheid i.v.m. de juiste respondent
- vragenlijst mag lang zijn, maar dat op voorhand melden!

# 4. field research: enquêtemethodes

## 1. persoonlijke interviews

### nadelen:

- kostprijs !!!!
- beïnvloeding door enquêteur is mogelijk: vooroordelen, stemniveau, gekleurde vraagstelling, ...



goed getrainde enquêteurs nodig

- aanwezigheid van enquêteur kan hinderend zijn bij bvb netelige vragen
- niet anoniem: soms moeilijk om « netelige » vragen te stellen
- call back bij afwezigheid respondent

# 4. field research: enquêtemethodes

## 2. straatinterviews

ook face-to-face; wordt vooral gebruikt bij lokale onderzoeken of indien geen diepgaand onderzoek nodig is

### voordelen:

- relatief goedkoop
- snel veel informatie

### nadelen:

- representativiteit is vaak een probleem
- vragenlijst moet echt heel kort zijn (mensen hebben weinig tijd, weersomstandigheden, schrijfwerk, ...)
- men kan (bijna) niets tonen

# 4. field research: enquêtemethodes

## 3. telefonische interviews

### voordelen:

- relatief goedkoop en snel informatie
- mogelijkheid tot online data-entry
- controle op interviewers is makkelijk

### nadelen:

- representativiteit (niet iedereen is bereikbaar, GSM,...)
- vragenlijst moet zeer kort zijn
- geen moeilijke of netelige vragen stellen, geen uitgebreide MC vragen
- niets tonen
- opdringerig imago
- privacy ??? -> respecteer de « bel-mij-niet-meer lijst » !
- geen oogcontact (controle op ondervraagden is moeilijk)
- degelijke opleiding én begeleiding van interviewers !

# 4. field research: enquêtemethodes

## 4. schriftelijke enquêtes

### voordelen:

- veel personen bereiken in relatief korte periode
- geschikt voor geografisch sterk verspreide respondenten
- minder personeel nodig dan bij de vorige methodes
- geen beïnvloeding door de ondervrager mogelijk
- indien anoniem : grotere en eerlijkere respons mogelijk
- respondent kiest zelf wanneer hij vragenlijst invult
- respondent kan op eigen tempo vragenlijst invullen

# 4. field research: enquêtemethodes

## 4. schriftelijke enquêtes

### nadelen:

- respons (redemptie) is meestal (erg) laag – incentives gebruiken???
- niet goedkoop, maar kostprijs per enquête daalt naarmate hogere respons
- geen te lange en te ingewikkelde vragenlijst (demotiveert)
- geen moeilijke vragen stellen
- zeer goede begeleidende brief nodig!
- niet iedereen antwoordt op dezelfde manier
- representativiteit is moeilijk te controleren
- lange terugzendtijd + laattijdige antwoorden



# 4. field research: enquêtemethodes

## 4. schriftelijke enquêtes

### enkele tips:

- goede begeleidende brief verhoogt de respons (inhoud?)
- brief moet gepersonaliseerd zijn
- verzorgd drukwerk
- makkelijk in te vullen vragenlijst, duidelijk en overzichtelijk
- omslag met « geen postzegel nodig » verhoogt respons
- adresseer de retouromslag
- eventueel herinneringsbrief of telefonische opvolging
- incentives
- dankbrief achteraf

# 4. field research: enquêtemethodes

## 5. online enquêtes

### voordelen:

- snelle manier om informatie te bekomen
- redelijk makkelijk aan te maken (vooral bij gratis tools)
- respondent wordt snel naar juiste vragen geleid (« routing »)
- wereldwijd personen bereiken in korte tijdsperiode
- gebruik van foto's, video's
- onmiddellijke data-entry en opvolging van responscijfers
- snellere rapportering mogelijk
- goedkoop
- geen beïnvloeding door de ondervrager
- grotere respons dan bij schriftelijke enquête
- gemakkelijke identificatie van respondent
- respondent kiest zelf wanneer hij vragenlijst invult

## 4. field research: enquêtemethodes

### 5. online enquêtes

#### nadelen:

- nog niet iedereen bereikbaar via computer
- geen moeilijke vragen stellen
- representativiteit is moeilijk te controleren
- kan verloren gaan in de massa e-mails
- privacy? -> respecteer de opt-in wetgeving!
- juiste software en hardware nodig (gratis tools: beperkte mogelijkheden)
- let op de 4 schermen!

# 5. een goede vragenlijst opstellen

**opstellen van een vragenlijst is niet eenvoudig:  
rekening houden met:**

- ✓ **introductie**
  - ✓ **de vraagstelling**
  - ✓ **het soort gestelde vragen**
  - ✓ **de volgorde van de vragen**
- 
- **gestelde vragen moeten de vereiste informatie opleveren**
  - **moet de ondervraagde persoon motiveren om mee te werken**
  - **aard van de gestelde vragen moet de nodige analyses mogelijk maken (welke analyses? hoe rapporteren? ...)**
  - **de respondent moet kunnen antwoorden op de vragen**
  - **enquêteur moet antwoorden kunnen registreren**

# 5. een goede vragenlijst opstellen

## stappenplan voor de opmaak van een vragenlijst

### stap 1: bepaal de benodigde informatie

- ▶ vereiste gegevens? hypothesen?
- ▶ hoe gebeurt de verwerking?

### stap 2: bepaal de manier van gegevensverzameling

- ▶ budget?
- ▶ grootte van de steekproef?

### stap 3: bepaal de inhoud van elke vraag

- ▶ is de vraag noodzakelijk?
- ▶ is de vraag in staat de nodige gegevens op te leveren?
- ▶ kan de respondent op de vraag antwoorden?
- ▶ zal de respondent op de vraag willen antwoorden?
- ▶ moet de vraag eventueel opgesplitst worden?
- ▶ bepaal de lengte van de vragenlijst

# 5. een goede vragenlijst opstellen

## stappenplan voor de opmaak van een vragenlijst

### stap 4: bepaal het vraagtype

- ▶ vorm van de vraag? (open, gesloten, ...)
- ▶ bepaal het schaaltype voor beoordelvragen

### stap 5: formuleer de vragen

- ▶ zijn ze juist gesteld?
- ▶ zijn ze neutraal / objectief gesteld?
- ▶ zijn ze eenvoudig gesteld?
- ▶ kiezen we voor een positieve of negatieve vraagstelling?

### stap 6: ontwerp de lay-out van het enquêteformulier

- ▶ uitzicht
- ▶ duidelijk
- ▶ volgorde van de vragen is heel belangrijk! (maak ev. een flow-chart)

# 5. een goede vragenlijst opstellen

## stappenplan voor de opmaak van een vragenlijst

### stap 7: pretesten

- ▶ erg belangrijk
- ▶ welke vragen zijn fout gesteld?
- ▶ welke vragen zijn overbodig?
- ▶ welke vragen ontbreken?
- ▶ is de volgorde van de vragen juist?
- ▶ is de vragenlijst niet te lang?
- ▶ ...

### stap 8 definitieve vragenlijst en definitieve bevraging

# 5. een goede vragenlijst opstellen

## soorten vragen

### (1) open vraag

- ondervraagde kan vrijuit antwoord geven
- antwoorden moeten letterlijk geregistreerd worden en de nuanceringen zijn erg belangrijk

### belangrijkste voordelen:

- ▶ veel informatie mogelijk indien goede medewerking van de respondent
- ▶ (*relatief*) makkelijke voorbereiding

### belangrijkste nadelen:

- ▶ kwaliteit van antwoorden is afhankelijk van medewerking van de respondenten
- ▶ moeilijk te verwerken (zijn niet numeriek)
- ▶ beïnvloeding enquêteur mogelijk bij face-to-face
- ▶ woordelijk registreren is zeer moeilijk



# 5. een goede vragenlijst opstellen

## soorten vragen

### (1) open vraag (vervolg)

voorbeeld:

vraag: « *houdt u van aziatische voeding ?* »

antw: « *bweik neen, ik vind dat echt vies en vettig eten* »

de interviewer zou kunnen noteren als antwoord:

« vind het niet lekker »

= fout!

# 5. een goede vragenlijst opstellen

## soorten vragen

### (2) gesloten vraag

- kiezen tussen een aantal gesuggereerde antwoorden
- slechts één antwoordmogelijkheid kan gekozen worden
- mogelijke antwoorden op voorhand goed bepalen
- volgorde antwoorden goed overwegen

### belangrijkste voordelen:

- ▶ makkelijk te verwerken
- ▶ ondervraagde wordt geholpen bij zoeken naar antwoord

### belangrijkste nadelen:

- ▶ niet makkelijk om op te stellen
- ▶ keuzemogelijkheden moeten duidelijk zijn
- ▶ risico dat de ondervraagde niet nadenkt over de vraag en vlug een voorgesteld antwoord aanduidt of niets antwoordt

# 5. een goede vragenlijst opstellen

## soorten vragen

### (2) gesloten vraag (vervolg)

voorbeeld: bevraging bij mensen die een woning huren:

*« wat vindt u van de hoogte van de huur van uw woning? »*

☐ *zeer laag*

☐ *laag*

☐ *normaal*

☐ *hoog*

☐ *zeer hoog*

is dit een goede vraag?

# 5. een goede vragenlijst opstellen

## soorten vragen

### (3) dichotome vraag

- speciale vorm van gesloten vraag: slechts twee antwoorden mogelijk

### belangrijkste voordelen:

- zie gesloten vraag

### belangrijkste nadelen:

- zie gesloten vraag

voorbeeld:

« *rookt u?* »

- *ja*

- *neen*

# 5. een goede vragenlijst opstellen

## soorten vragen

### (4) meerkeuzevraag

- kiezen tussen een aantal gesuggereerde antwoorden
- meerdere antwoorden zijn mogelijk
- mogelijke antwoorden op voorhand goed bepalen
- volgorde antwoorden goed overwegen

### belangrijkste voordelen:

- ▶ makkelijk te verwerken
- ▶ ondervraagde wordt geholpen bij zoeken naar antwoord

### belangrijkste nadelen:

- ▶ niet makkelijk om op te stellen
- ▶ keuzemogelijkheden moeten duidelijk zijn
- ▶ risico dat de ondervraagde niet nadenkt over de vraag en vlug een voorgesteld antwoord aanduidt of niet antwoordt

# 5. een goede vragenlijst opstellen

## soorten vragen

### (4) meerkeuzevraag (vervolg)

voorbeeld:

*« via welk medium heeft u reclame gezien/gehoord voor de 'Q Run To You' actie? »*

- Q2
- QMusic
- Het Belang van Limburg
- Het Laatste Nieuws
- website QMusic
- facebookpagina QMusic
- facebookpagina Q2
- vrienden/familie

is dit een goede vraag?

# 5. een goede vragenlijst opstellen

## soorten vragen

### (5) beoordelvingsvraag

- variant van een gesloten vraag: er wordt nu een waardeschaal gebruikt
- gebruik een oneven schaal met 5 of even schaal met 4 waarden

voorbeeld:

*hoe beoordeelt u uw garagist op een schaal van 1 tot 5 met betrekking tot (1=zeer slecht, 5=zeer goed):*

<i>-service</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>GM</i>
<i>-vriendelijkheid</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>GM</i>
<i>-vakbekwaamheid</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>GM</i>

# 5. een goede vragenlijst opstellen

## soorten vragen

### (5) beoordelvingsvraag (vervolg)

#### ■ voorbeeld van beoordelvingsvraag met woorden:

*welke van de volgende aspecten zijn voor u belangrijk bij het boeken van een vliegticket?  
(Zet een kruisje in de voor u toepasbare kolom)*

	zeer belangrijk	belangrijk	min of meer belangrijk	tamelijk onbelangrijk	helemaal niet belangrijk	geen mening
prijs						
beenruimte						
service aan boord						
stiptheid						
mijlen sparen						
eten aan boord						
reputatie						








# 5. een goede vragenlijst opstellen

## soorten vragen

### (5) beoordelvingsvraag (vervolg)

#### ■ voorbeeld van beoordelvingsvraag met gezichtjes:

*wat was uw indruk over de volgende aspecten van uw verblijf?*

het onthaal				?
netheid van de kamers				?
het ontbijt				?
de bediening in het restaurant				?
vriendelijkheid van het personeel				?

# 5. een goede vragenlijst opstellen

## soorten vragen

### (6) rangschikkingsvraag

- variant van beoordelvingsvraag: de respondent moet een aantal mogelijkheden rangschikken volgens voorkeur
- niet te veel items laten rangschikken: is te moeilijk

voorbeeld:

*hier volgt een lijstje met criteria die belangrijk kunnen zijn bij uw keuze van een autotype; rangschik ze in de volgorde waarin ze voor u belangrijk zijn (1 = het belangrijkste, 5 = minst belangrijke):*

- ... de prijs
- ... het merk
- ... de uitrusting
- ... het imago van dat type auto
- ... de prijs-kwaliteitverhouding



# 5. een goede vragenlijst opstellen

## formuleren van vragen

### (1) gebruik concrete woorden

vermijd woorden zoals « soms », « vaak », « dikwijls », ...

voorbeeld:       « kijkt u soms naar CAZ? »  
                      « gaat u vaak buitenshuis eten? »



**= fout !!!**

beter is:       duid aan hoe dikwijls u naar CAZ kijkt:

- ☐ nooit
- ☐ minder dan 1 x per week
- ☐ 1 x per week
- ☐ 2 x per week
- ☐ 3 x per week
- ☐ 4 x per week of meer

# 5. een goede vragenlijst opstellen

## formuleren van vragen

### (2) let op met « waarom » vragen

voorbeeld: « waarom heeft u deze auto gekocht? »

*fout*: kan op verschillende manieren geïnterpreteerd worden:

- het is een diesel want ik doe veel km
- vijfdeurs want dat is handig
- merk heeft goede reputatie
- garage geeft goede service
- moderne auto
- mijn vrouw vindt de kleur mooi
- .....

beter= opsplitsen naar deelvragen of meerkeuzevraag van maken, eventueel met een rangschikkingselement of een beoordeling

# 5. een goede vragenlijst opstellen

## formuleren van vragen

### (3) gebruik preciese vraagstelling

voorbeeld: « welk bier drinkt u? »

*fout*: kan op verschillende manieren geïnterpreteerd worden:

- waar? thuis of elders (kan verschillen !)
- vraag naar een merk van bier? of type bier?
- alle bieren noteren, of enkel dat merk waar de voorkeur naar uitgaat?
- ...

*beter*:

indien u in het weekend op stap gaat, drinkt u dan bier?

- ja
- neen

indien JA: welke merken drinkt u dan?

# 5. een goede vragenlijst opstellen

## formuleren van vragen

### (4) enkelvoudige vraagstelling

voorbeeld: « bent u van oordeel dat hogere boetes zullen leiden tot minder overtredingen en minder ongevallen op de weg? »

**Fout:** deze vraag peilt naar 2 aspecten tegelijk:

- minder verkeersovertredingen
- minder ongevallen

beter = twee aparte vragen stellen

# 5. een goede vragenlijst opstellen

## formuleren van vragen

### (5) stel objectieve vragen!

voorbeeld: « vindt u ook dat vers gemalen koffie beter smaakt dan oploskoffie? »

beter: welke koffie smaakt volgens u het beste?

- bonenkoffie
- oploskoffie
- ze smaken allebei hetzelfde
- geen mening



# 5. een goede vragenlijst opstellen

## formuleren van vragen

### (6) vermijd negatieve vraagstelling

voorbeeld: « vindt u niet dat de verkoop van slaapmiddelen zonder doktersattest niet moet verboden worden? »

*beter:*

moet de verkoop van slaaptabletten zonder doktersattest toegelaten worden?

- ja
- nee
- geen mening

# 5. een goede vragenlijst opstellen

## formuleren van vragen

### (7) vragen naar gedrag en voornemens: let op!

voorbeeld: « voor welke politieke partij zou u nooit stemmen? »

- stel ze met de nodige omzichtigheid en relativeer de antwoorden!






### (8) netelige vragen

voorbeeld: « welk is uw gemiddeld maandinkomen? »

- stel deze vragen steeds op het einde van de vragenlijst en enkel indien nodig!
- hou er rekening mee dat sommigen hierop foutief of helemaal niet zullen antwoorden.







# 5. een goede vragenlijst opstellen

## de introductie voor de bevraging

-  omvat de begroeting + het verzoek om vragen te mogen stellen
-  liefst niet de naam van de opdrachtgever:
  - ▶ kan tegenstand veroorzaken
  - ▶ soms vreest de respondent prospectie
  - ▶ kan aanleiding geven tot vertekening (vooroordelen)
-  moet goed voorbereid en uitgetest zijn
-  indien de introductie een brief is: lay-out en verzorgdheid zijn
-  erg belangrijk en moet overtuigen om mee te werken

# 5. een goede vragenlijst opstellen

## de enquêteurs

-  moeten vriendelijk, eerlijk en objectief zijn
-  ze moeten een verzorgd voorkomen hebben
-  interesse hebben in het onderzoek
-  moeten over een dosis mensenkennis beschikken
-  moeten een degelijke briefing krijgen
-  na de bevraging volgt een debriefing

# 6. samenstelling steekproef / representativiteit

## manieren om een steekproef samen te stellen

meest gebruikte manieren:

### de gemakkelijkheidssteekproef

- men ondervraagt de mensen die men het gemakkelijkste kan bereiken:  
bv. op straat of in een shopping center.
- deze methode is niet aselekt en niet altijd representatief;  
de resultaten mogen dus zeker niet veralgemeend worden naar de  
populatie toe!

# 6. samenstelling steekproef / representativiteit

## manieren om een steekproef samen te stellen

### de quotasteekproef

- de steekproefelementen worden gekozen op basis van hun beschikbaarheid en niet op basis van toeval
- rekening houdend met de samenstelling van de populatie
- deze samenstelling moet terug te vinden zijn in de steekproef (= 'representativiteit')
- de resultaten mogen veralgemeend worden naar de populatie

# 6. samenstelling steekproef / representativiteit

## grootte van de steekproef bepalen

statistische formule om de grootte van de steekproef te berekenen:

$$N = \frac{n \cdot p \cdot q \cdot z^2}{(n-1) \cdot a^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

**Bereken de steekproefgrootte**

Hoe groot is de steekproef die je wil toelaten?

Welk betrouwbaarheidsniveau kies je?

Hoe groot is de populatie?

Wat is de spreidingsgraad van de steekproef?

Hoe groot is de maximale fout?

Bereken de steekproefgrootte:

*waarin:*

**n** = de populatiegrootte

**p** = de kans op succes, de kans dat een verschijnsel zich voordoet

**q** = 1 – p = de kans op mislukking

**a** = de toegestane maximale fout (nauwkeurigheid)

**z** = de standaardnormaalwaarde bij een bepaalde betrouwbaarheid

# voorbeelden

## ENQUÊTE WORKIT

### INTRODUCTIE

#### Enquête “stille wekker”

Beste

Via deze weg nodigen wij u graag uit om deel te nemen aan ons marktonderzoek in verband met de stille wekker. Deze vragenlijst is opgebouwd voor het project uit het tweede opleidingsjaar toegepaste informatica van de Hogeschool PXL te Hasselt.



# ... en dan nu aan de slag!

