

VSF opleiding

“Tips en tools voor bevragingen”



- **Tijdsschema**
 - Theoretisch luik (1u15)
 - Pauze (15 min)
 - Online tools (30 min)
 - Voorbeelden van bevestigingen van federaties bespreken (45 min)



Inleidend: het beleidsplanningsproces

- Beleidsplanningsproces en IKZ
 - KwaliteitsPLANNING, - beheersing, - verbetering
- Basisprincipes IKZ
 - PDCA cirkel: plan – doe – **CHECK** – ACTIE
 - Geïnitieerd door de leiding (+ondersteunen+aanvaarden)
 - Resultaatsgericht, effectiviteit/efficiëntieverhogend
 - **Betrokkenheid stakeholders**
 - **Klantgericht**
 - **Gebaseerd op feiten (niet gevoelens)**
- Beleidsplan zorgt hiervoor: richting, betrokkenheid, concurrentieel



7 fasen in het BPproces

1. Start (vergadering, afspraken, timing)
2. Missie/visie
3. Gegevensverzameling
4. Beleidsuitdagingen (SWOT) – wat?
5. Doelstellingen (SMART) – wat?
6. Strategie (acties, hoe?)
7. Afronding



Fase 3: gegevensverzameling

1. Profiel van de organisatie

- Heden, verleden, toekomst

2. **STAKEHOLDERSANALYSE**

- **Brainstorm over alle SHs**
- **Weeg ze tegenover elkaar af**
- **Wat /wie al bevraagd? Veranderd?**
- **Wees creatief!**
- **Vaak ledenbevragingen via enquêtes**

3. Interne analyse (vb. via kwaliscoop)

4. Externe analyse (vb. via STEP methode)



7 fasen in het BPproces

1. Start (vergadering, afspraken, timing)
2. Missie/visie
3. Gegevensverzameling
4. Beleidsuitdagingen (SWOT) – wat?
5. Doelstellingen (SMART) – wat?
6. Strategie (acties, hoe?)
7. Afronding



Inhoudstabel “Tips voor bevestigingen”

- 1. Doel van het onderzoek bepalen
- 2. Doelgroep bepalen (steekproef of volledig?)
- 3. Hoe je doelgroep bereiken
- 4. Hoe de vragen opstellen
- 5. De enquête opstellen: tips
- 6. Test de enquête
- 7. De enquête verspreiden
- 8. De resultaten verwerken
- 9. Conclusies en rapport: tips



1. Wat is het doel van je onderzoek? (1)

- Wat wil je te weten komen en waarom?
- Vertrekken vanuit probleem of vraag
 - Kan zowel + als – zijn
- Bepaal je onderzoeksvraag
 - Duidelijk
 - Concreet
 - Geen vage begrippen
 - Geen (niet onderbouwde) veronderstellingen
 - Veranderbaar!



1. Wat is het doel van je onderzoek? (2)

Voorbeeld

- Waarom loopt activiteit X zo goed?
 - Loopt activiteit X wel goed?
 - Wat betekent “goed”?
 - Veel deelnemers? Stijgend aantal deelnemers? Winst?
- Wat is het gevolg van de recente veranderingen aan het competitierglement?
 - Wat voor gevolgen zijn interessant?
 - Tevredenheid? Praktische uitwerking?
 - Hoe kan je bepalen wat precies het gevolg is van dit?
 - Ben je in staat om opnieuw het reglement aan te passen?



1. Wat is het doel van je onderzoek? (3)

- Vooronderzoek voeren
 - Literatuur zoeken
 - Bibliotheek (boeken, verslagen, tijdschriften,...)
 - Internet
 - Media...
 - Experts raadplegen
 - Potentiële respondenten (doelgroep) betrekken
 - Geen dingen bevragen die al (recent) onderzocht zijn
 - Gebruik reeds bestaande informatie om je onderzoeksvraag zo goed mogelijk af te bakenen en een maximum aan informatie uit je bevraging te halen.



2. Populatie en steekproef (1)

- Wie behoort wel en niet tot de doelgroep?
= populatie
 - Vb. enkel de trainers, enkel een bepaalde discipline
- Volledig bevragen?
 - Grootte
 - Budget
 - Tijd
 - Aard
- Of deel van de populatie
= steekproef



2. Populatie en steekproef (2)

- Hoeveel respondenten?
 - Grootte populatie
 - Ifv Nauwkeurigheid, representativiteit en betrouwbaarheid

Populatie	Respons	Populatie	Respons	Populatie	Respons	Populatie	Respons
100	80	450	208	1100	284	4000	351
150	108	500	218	1200	292	5000	357
200	132	600	235	1400	302	6000	362
250	152	700	249	1600	310	7000	365
300	169	800	260	1800	317	8000	367
350	184	900	270	2000	323	9000	369
400	196	1000	278	3000	341	10 000	370



2. Populatie en steekproef (3)

- Methodes steekproeftrekking
 - Aselecte steekproeftrekking = ad random
 - Elk lid van de populatie gelijke kans
 - Conclusies over kenmerken populatie mogelijk
 - Methodes van aselecte steekproeftrekking
 - Enkelvoudig
 - Systematisch (gebruik van toevalscijfer)
 - Getrapt
 - Gestratificeerd



2. Populatie en steekproef (4)

- Selecte (scheve) steekproeftrekking
 - Bepaalde groepen over/ondervertegenwoordigd
 - Als ...
 - aselect onmogelijk (praktisch / financieel / tijd)
 - Je niet goed weet wie tot de populatie behoort
 - In testfase
 - Methodes van steekproeftrekking
 - Gemakkelijkheidssteekproef
 - Beoordelingssteekproef
 - Sneeuwbalsteekproef
 - Quotasteekproef
 - Routeprocedure



3. Hoe de doelgroep bereiken? (1)

	Voordelen	Nadelen
Mondeling	<ul style="list-style-type: none"> Hoge responsgraad Weinig misinterpretatie Goede controle op het invullen Geschikt voor open vragen 	<ul style="list-style-type: none"> Duur en tijdrovend Minder respondenten Niet anoniem Grote kans op sociaal wenselijke antwoorden
Schriftelijk	<ul style="list-style-type: none"> Anonimiteit Kleinere kans op sociaal wenselijke antwoorden Meer respondenten mogelijk Relatief weinig arbeidsintensief 	<ul style="list-style-type: none"> Stelt hoge eisen aan vragenlijst Grotere kans op non-respons Geen controle op het invullen Minder geschikt voor open vragen Per post = duur
Online	<ul style="list-style-type: none"> Idem schriftelijk Zeer goedkoop / gratis Gemakkelijk en snel (directe gegevensinvoer in database) Grote steekproef mogelijk 	<ul style="list-style-type: none"> Lage responsgraad Hoge kans op onvolledige vragenlijsten Onder/oververtegenwoordiging subgroepen Probleem van de steekproeftrekking (zelfselectie, extremere antwoorden?)



3. Hoe de doelgroep bereiken? (2)

- Non-respons: vermijden door te motiveren
 - de vragenlijst niet te lang maken (!)
 - wijzen op de voordelen voor de invuller
 - enthousiaste introductiebrief
 - vragenlijst aanpassen aan de interesses
 - antwoordcategorieën zinvol maken
 - goede instructies zodat het invullen vlot verloopt
 - eenvoudige manier voorzien om terug te bezorgen
 - na enige tijd een (vriendelijke) herinnering sturen
 - beperk aantal vragenlijsten naar zelfde doelgroep (vb. spreek af met andere organisaties)
- Indien grote non-respons → analyseren



4. Hoe de vragen opstellen? (1)

- Begrippen in vragen “operationaliseren”
 - Omzetten in variabelen
 - Objectief
 - Meetbaar
- Antwoordmogelijkheden & meetniveaus
 - Nominaal (geen volgorde)
 - Ordinaal (volgorde)
 - Interval (volgorde met gelijke afstanden)
 - Ratio (met nulpunt, ratio's mogelijk)
 - hoe hoger meetniveau, hoe meer bewerkingen mogelijk



4. Hoe de vragen opstellen? (2)

	Nominaal	Ordinaal	Interval	Ratio
Frequenties (tellingen)	+	+	+	+
Percentages (tellingen tov totaal)	+	+	+	+
Rangschikking	-	+	+	+
Verschil tussen waarden	-	-	+	+
Gemiddelden	-	-	+	+
Ratio's	-	-	-	+



4. Hoe de vragen opstellen? (3)

- Aard van de vragen (1)
 - **Feitenvragen**
 - Ben je lid van onze federatie?
 - Nam je dit jaar deel aan massasportevenement X?
 - **Zijnsvragen**
 - Ben je geïnformeerd over de klachtenregeling?
 - Heb je de folder ontvangen?
 - **Gebruiksvragen**
 - Heb je wel eens gebruik gemaakt van de klachtenregeling?
 - Heb je de folder gelezen?



4. Hoe de vragen opstellen? (4)

- Aard van de vragen (2)
 - **Belangrijkheidvragen**
 - Hoe belangrijk vind je dat er een klachtenregeling is?
 - Hoe belangrijk vind je een folder?
 - **Opinie vragen**
 - Wat vind je van de klachtenregeling?
 - Wat vind je van de folder?
 - **Verbeteringsvragen**
 - Welke verbeteringen stel je voor mbt de klachtenregeling?
 - Heb je suggesties ter verbetering van onze folder?
- Hiërarchie



4. Hoe de vragen opstellen? (5)

- Tevredenheid?
 - Afhankelijk van...
 - Verwachtingen (obv vroegere ervaringen)
 - Wensen en behoeften
 - Feitelijke ervaringen
 - Moeilijk te interpreteren en te gebruiken
 - Gemiddeld 80% tevreden
 - Trachten zoveel mogelijk feitelijk te bevragen



4. Hoe de vragen opstellen? (6)

- Formulering: Open of gesloten vragen?

Open vraag	Gesloten Vraag
Handig als antwoorden complex en heterogeen zijn	Handig als alle antwoordmogelijkheden te inventariseren en te presenteren zijn
Vereisen meer denkwerk	Stuurt het antwoord
Geven de respondent de ruimte om alles te zeggen wat voor hen van belang is	Respondenten kunnen hun mening niet altijd kwijt
Vergelijking van de antwoorden is soms moeilijk	Bieden hulp bij het herinneren, brengen mensen op ideeën
Open vragen zijn vaak moeilijk te verwerken	Verwerking afhankelijk van antwoordmogelijkheden en hun meetniveaus (zie verder)



4. Hoe de vragen opstellen? (7)

- Formulering: gesloten (meerkeuzevragen)
 - Dichotomie (ja/nee, man/vrouw)
 - Meerkeuze met feitelijke antwoorden
 - Rangordevragen
 - Checklists (meerdere antwoorden mogelijk)
 - Antwoordschalen
 - Klassiek: 5 punts Likertschaal
 - Alle indelingen mogelijk (komt later aan bod)



Enkele slechte voorbeelden

- Voorbeeld 1
 - V: Ik voel me helemaal niet met de federatie verbonden?
 - A: Nee, helemaal niet
 - Onduidelijk wat de respondent bedoelt. Voelt hij zich helemaal niet verbonden of is hij het helemaal niet eens met de uitspraak?
- Remediëring
 - V: Ik voel me met de federatie verbonden? (ja/nee)
 - V: In welke mate voel je je met de federatie verbonden? (antwoordschalen)
- Geen ontkenningen in vraag!



Enkele slechte voorbeelden

- Voorbeeld 2
 - V: Vindt u dat de federatie geen aangesloten clubs mag ondersteunen?
 - A: Nee
 - Wat is nu de mening van de respondent?
- Remediëring
 - V: Vindt u dat de federatie enkel aangesloten clubs mag ondersteunen?
- Geen ontkenningen!



Enkele slechte voorbeelden

- Voorbeeld 3
 - V: U bent zeker wel tevreden over onze clubverzekering?
 - A: Ja
 - Respondent krijgt het gevoel alsof enkel een “ja” aan de orde is.
- Remediëring
 - V: Bent u tevreden over onze clubverzekering?
 - V: In welke mate bent u tevreden over onze clubverzekering? (met antwoordschaal)
- Geen sturende vragen!



Enkele slechte voorbeelden

- Voorbeeld 4
 - V: Heeft u het niet gemist dat er geen parkeergelegenheid is?
 - A: Ja
 - Wat betekent die “ja”?
 - Ook laat zo’n vraag uitschijnen dat je waarschijnlijk wel parkeerproblemen moet gehad hebben.
- Remediëring
 - V: In welke mate heeft u vlot kunnen parkeren? (met antwoordschaal)
- Geen ontkenningen, zeker geen dubbele!
- Geen sturende vragen!



Enkele slechte voorbeelden

- Voorbeeld 5:

Stel, je wil vanuit de sportfederatie accommodatie optrekken en je wil de noden kennen van je clubs.

- V: Moet de accommodatie toegankelijk zijn voor rolstoelen?
- A: Ja
- Misschien was dit iets dat de meeste clubs niet zelf zouden aangeven en dus niet zo belangrijk achten, maar deze vraag zal waarschijnlijk weinig “nee”-antwoorden opleveren.

- Remediëring

- V: Wat verwacht u van de nieuwe accommodatie (met zeer uitgebreide checklist vraag of open vraag)

- Vermijd sociaal wenselijke antwoorden!



Enkele slechte voorbeelden

- Voorbeeld 6:
 - V: Ben je vaak teleurgesteld in onze werking?
 - A: Ja
 - Wat betekent dit?
- Remediëring
 - V: In welke mate ervaar je het gevoel teleurgesteld te zijn in onze werking? (antwoordschalen)
- Vermijd vage telwoorden! (“soms”, “regelmatig”, “af en toe”)



Enkele slechte voorbeelden

- Voorbeeld 7:
 - V: Vind je dat onze federatie de laatste tijd voldoende sport promotionele evenementen aanbiedt?
 - A: Ja
 - Wat is “de laatste tijd”? Wat is “voldoende”? Zouden het er voor de respondent eerder meer, of eerder minder mogen zijn? Dit is informatie dat je niet kan halen uit dit antwoord, terwijl je dit wel zou kunnen weten indien je duidelijkere woorden gebruikt (en andere antwoordcategorieën).
- Remediëring
 - V: Vind je dat onze federatie met x-aantal evenementen in 2011 aan zijn sport-promotionele taak voldoet?
- Vermijd sponswoorden!



Enkele slechte voorbeelden

- Voorbeeld 8:
 - V: Wat vind je van de cultuur in onze federatie?
 - A: Niet goed
 - Wat wordt bedoeld met cultuur? Wordt daar door iedereen hetzelfde onder verstaan?
- Remediëring
 - V: Wat vind je van de visie over (of aanpak van) onderwerp “x” door de federatie?
- Vermijd dweilwoorden!



Enkele slechte voorbeelden

- Voorbeeld 9:
 - V: Ken je het doel van onze toolkit en weet je hoe het te gebruiken?
 - A: Nee
 - Kent de respondent de toolkit niet én kan hij het niet gebruiken of kent hij het wel maar kan hij het enkel niet gebruiken? Wat moet dus geantwoord worden indien het doel van de toolkit gekend is, maar het gebruik niet?
- Remediëring
 - V: Ken je het doel van onze toolkit?
 - V: Weet je hoe je onze toolkit kan gebruiken?
- **Één ding per vraag bevragen!**



Enkele slechte voorbeelden

- Voorbeeld 10:
 - V: Ik ben tevreden over de federatie door de goede verzekering
 - A: Nee
 - Dit wil niet zeggen dat de respondent niet tevreden is, noch dat hij de verzekering niet goed vindt. Het kan zijn dat tevredenheid slechts voor een deel door de verzekering komt, maar ook door de ondersteuning, competitie,...
- Remediëring
 - V: Ik ben tevreden over de verzekering aangeboden door de federatie (ja/nee)
 - V: In welke mate ben je tevreden over de verzekering...
- Geef geen motiveringen als deel van de vraag!



4. Hoe de vragen opstellen? (8)

- Tips bij de formulering van gesloten vragen
 - Kort formuleren, duidelijke taal
 - Eenvoudig taalgebruik
 - Positief formuleren, zeker geen dubbele ontkenningen
 - Neutraal, vermijd sociaal wenselijke antwoorden
 - Vermijd vage telwoorden, spons- en dweilwoorden
 - Één gedachte (vraag) per vraag
 - Vermijd retrospectieve vragen
 - Enkel zinvolle vragen, hou de enquête kort!
 - Zelf geen motiveringen voorzien als deel van de vraag



4. Hoe de vragen opstellen? (9)

- Tips bij de antwoordmogelijkheden
 - Duidelijk geheel met de stam van de vraag
 - Elkaar uitsluiten (bij een checklist hoeft dit niet)
 - Niet suggereren
 - Niet meer dan 10 mogelijkheden
 - Logische volgorde van antwoordmogelijkheden (of nét niet)
 - Alle antwoorde moeten gekend zijn (pas op bij pagina-einde)
 - Bij rangorde duidelijk maken op wat selecteren
 - Nadenken over de antwoordcategorieën: moeten zinvol zijn en kunnen resultaten beïnvloeden



4. Hoe de vragen opstellen? (10)

- Antwoordschalen: soorten en voor- en nadelen

Naam	Wat / voorbeeld	Voordelen	Nadelen
Likert schaal	5 punts (eens-...-oneens)	Makkelijk te begrijpen	Weinig nuance
Semantische differentiaal	7 punts (sterk-...-zwak)	Genuanceerd	Tendens naar het midden
Stapel schaal	11 punts (+5 --- -5)	Duidelijk nulpunt, rekenbaar	Teveel keuze, moeilijk
Ordinale schaal	5 of 10 punts	Bekend van rapportcijfers	Geen neutraal punt
4-puntsschaal	ZG, G, onvold, slecht	Dwingt tot keuze (+ of -)	Beperkte nuanciering
Nominale schaal	Ja/nee	Kort en duidelijk	Geen nulpunt, geen nuance



4. Hoe de vragen opstellen? (11)

- Antwoordschalen: tips
 - Middencategorie is gemakkelijk (tendens naar midden)
 - Waarderingschaal: evenveel mogelijkheden links als rechts van het midden (meestal 5 of 9 categorieën)
 - Gebruik een schaal met even aantal antwoorden indien men de respondenten wil dwingen om een standpunt in te nemen (geen neutraal antwoordalternatief).
 - Als kans bestaat dat een vraag niet van toepassing is op een deel van de respondenten, voorzie antwoord 'NVT' (maar vermijd het als niet nodig)
 - Gebruik zo weinig mogelijk "weet het niet" (met uitzondering van echte kennisvragen).



5. De enquête opstellen: tips (1)

- Hou de enquête kort!
- Ken je doelpubliek (ontwerp = doel + publiek)
- Let op je taal!
 - Enige communicatiekanaal dat je op dat moment hebt
 - Duidelijk, volledig, verzorgd
 - Niet betuttelen!
- Vermijd open vragen (soms nodig echter!)
 - Verwerking moeilijk en concentratie neemt af
- Aandacht voor gebruiksvriendelijkheid
 - Lay-out, structuur, logisch opgebouwd, goeie letter, verzorgd
 - Speciale respondentgroepen (kinderen)



5. De enquête opstellen: tips (2)

- Duidelijke naam geven: motiveren!
 - Vb: Je mening over onze organisatie
 - Vb: Geef je mening en win een reis naar ...
- Situeren: inleidend woordje met
 - Naam van de onderzoeksinstelling (plus eventuele opdrachtgever)
 - Het doel en belang van het onderzoek
 - Wat gedaan wordt met de resultaten
 - Informatie over vertrouwelijkheid/ anonimiteit
 - Een contactpersoon voor vragen over de enquête
 - Uiterste datum voor het beantwoorden van de enquête
 - Bij voorbaat danken voor de medewerking
- Dankwoordje
 - Om respons op toekomstige enquêtes te verhogen



5. De enquête opstellen: tips (3)

- Volgorde van de vragen
 - Begin met aantrekkelijke vragen (voor respondent)
 - Belangrijke vragen in begin (aandacht en motivatie), beschrijvende op eind
 - Gevoelige vragen niet in begin
 - “Men” “hij/zij” is minder bedreigend dan “jij”
 - Vermijd sprongen (bij schriftelijke) → partiële non-respons
 - Bij online bevragingen wordt dit opgelost
 - Bied structuur en overzicht bij langere enquête
 - Afsluiten (eventueel een globaal evaluerende of concluderende vraag)



5. De enquête opstellen: tips (4)

- Volgorde van de vragen
 - Wederzijdse beïnvloeding van vragen: volgorde van vragen kunnen ook de inhoud van de antwoorden beïnvloeden
 - Vooral in geval van combinatie van een specifieke en algemene vraag over zelfde onderwerp
 - 2 bekende effecten: contrast- en assimilatie-effect
 - Contrast-effect: voorbeeld
 - V1: Hoeveel uren per week doet je aan sport?
 - V2: Hoeveel uren per week doe je lichaamsbeweging?
 - neiging om bij 2e vraag niet meer de uren sport op te nemen omdat het al aan bod kwam



5. De enquête opstellen: tips (5)

- Assimilatie-effect: voorbeeld
 - V1: Hoe tevreden ben je over het competitiesysteem van de federatie?
 - V2: Hoe tevreden ben je algemeen over de federatie?
- Antwoord op vraag 2 zal voor een deel gestuurd worden door de specifieke tevredenheid op de eerste vraag.

- Oplossing?
 - Enkel specifieke vraag stellen
 - Als beide echt moeten geweten zijn (algemene én specifieke)
 - Uitputtende lijst opstellen van specifieke zaken zodat algemene kan afgeleid worden
 - Eerst algemene vraag en liefst veel later de specifieke



6. Test de enquête (1)

- Elke eerste versie bevat (veel) fouten!
 - Inhoudelijk
 - Formulering van de vragen
 - Verwarrende vragen
 - ...
 - Praktisch (!)
 - Vergeten om bepaalde demografische info te vragen
 - Verkeerd doorverwijzen
 - Online tools: moet allemaal juist ingesteld zijn
- Praktische problemen kunnen een (deel van) den enquête waardeloos maken en al je inspanningen teniet doen



6. Test de enquête (2)

- **TEST!** Bespaar hierop tijd noch moeite
 - Bij experts (inhoudelijk)
- **TEST**
 - Bij bepaalde potentiële respondenten (formulering en praktisch)
 - Opeenvolgend
 - Pas aan
 - Test opnieuw
 - Pas aan
- **TEST**
 - Bij een kleine testgroep



6. Test de enquête (3)

- Vaak duurt testfase langer dan 1^e opmaak
- Enquête eventueel uitbreiden met evaluatieluik
 - Vaak combinatie van gesloten en open vragen
 - Bij + antwoorden weet je genoeg, het is OK
 - Bij – antwoorden zal je vaak nog onvoldoende informatie hebben om de enquête gericht bij te sturen. Voorzie in dit geval de mogelijkheid om te specificeren in een open vraag.
 - Vb: wat vond je van de formulering van de vragen in de enquête?
 - Zeer duidelijk / duidelijk / onduidelijk / zeer onduidelijk
 - Respondenten moeten verplicht een keuze maken
 - Als onduidelijk, toelichten



6. Test de enquête (4)

- Analyseer de resultaten van de testgroep
 - werden alle vragen beantwoord of zijn er veel blanco?
 - werden alle vragen beantwoord volgens de instructies?
 - werden alle vragen correct geïnterpreteerd?
 - werd de juiste persoon bevraagd?



7. De enquête verspreiden (1)

- Timing
 - Best op een do of vr
 - Niet in vakanties, niet juist voor een feestdag
 - Deadline bepalen
- Kanaal
 - Papier / post: tips
 - Omslagenvelop en inhoud verzorgen
 - Bij voorkeur een envelop van de opdrachtgever
 - Introductiebrief op briefpapier van de opdrachtgever
 - De enquête moet kosteloos terugbezorgd kunnen worden.
 - Weetje: gebruik roos of geel papier...



7. De enquête verspreiden (2)

- Kanaal
 - Online: tips
 - Gebruiksvriendelijk
 - Mooi van lay-out
 - Vermijd gesponsorde tools
 - Een voortgangsbalk bevordert het invullen



8. De resultaten verwerken (1)

- **SPSS?**
 - Geavanceerd, veel mogelijkheden
 - Moeilijk in gebruik
 - Niet gratis beschikbaar en niet vaak standaard aanwezig
- **Excel**
 - Basiskennis vaak aanwezig
 - Software vaak aanwezig
 - Vrij veel mogelijkheden
- **Online tools**
 - Automatische visualisering resultaten in grafieken
 - Enkel weergave, geen analyses



8. De resultaten verwerken (2)

- Opstellen van een codeboek

Vraag	Variabele	Meetniveau	Omschrijving	Antwoord	Code	Label
1	geslacht	nominaal	geslacht respondent	man	0	man
				vrouw	1	vrouw
				geen	9	geen informatie
2	Leeftijd	interval	leeftijd respondent	getal	zoals ingevuld	-
				geen	999	geen informatie
3	burgerst	nominaal	burgerlijke staat respondent	optie 1	1	ongetrouwd
				optie 2	2	samenwonend
				optie 3	3	getrouwd
				optie 4	4	gescheiden
				optie 5	5	weduwe/weduwenaar
				geen	9	geen informatie



8. De resultaten verwerken (3)

- Coderen van open vragen
 - Eerst volledig ingeven als tekst
 - Antwoorden overlopen
 - Categorieën definiëren
 - Niet teveel verschillende: elke groep moet voldoende respondenten bevatten om betekenisvolle conclusies te kunnen trekken
 - Toekennen
 - Zeldzame antwoorden kunnen in categorie 'andere'



8. De resultaten verwerken (4)

- Invullen van de datamatrix (op papier)
 - Aanbrengen van identificatienummer (uniek, vaak rechterbovenhoek)
 - Structuur
 - Rijen staan voor respondenten!
 - Kolommen voor variabelen!
 - Voorbeeld

ID nr	Variabele 1	Variabele 2	Variabele 3	Variabele 4
001				
002				



8. De resultaten verwerken (5)

- Invullen van de datamatrix (op papier): tips
 - Voorzie voldoende tijd
 - Hou je aandacht erbij! Verlies van concentratie leidt tot verkeerde invoer en foute resultaten
 - Verschillende achtergrondkleuren per vraag vergemakkelijkt het intypen
 - Regelmatig opslaan tijdens het invoeren!
 - Maak een kopie voor de verwerking zodat het databestand in zijn originele vorm beschikbaar blijft



8. De resultaten verwerken (6)

- Invullen van de datamatrix: online enquêtes
 - Automatisch (exporteren of downloaden)
 - Controleer je databestand!
 - Eventueel tekstantwoorden omvormen in codes
 - Via filter of 'vervangen'
 - Maak een kopie van je originele databestand wanneer je begint aan de verwerking!
 - Lege cellen doordacht coderen



8. De resultaten verwerken in Excel (7)

- TIP: werk in aparte documenten voor analyse (originele bestand kan groot zijn)
- Resultaten analyseren en visualiseren

- Sorteren



- Turven, frequenties



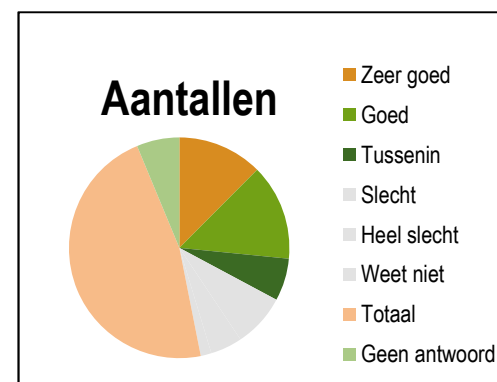
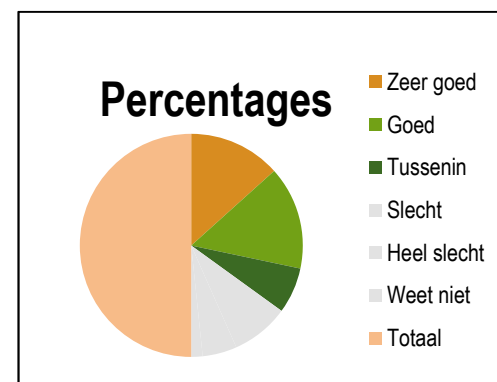
=AANTAL.ALS (bereik)



8. De resultaten verwerken (8)

- Resultaten analyseren en visualiseren
 - Frequentietabellen
 - + grafieken (taart, staafdiagram)

	Aantallen	%
Zeer goed	80	26,7
Goed	90	30
Tussenin	40	13,3
Slecht	50	16,7
Heel slecht	30	10
Weet niet	10	3,3
Totaal	300	100
Geen antwoord	40	



8. De resultaten verwerken (9)

- Resultaten analyseren en visualiseren
 - Kruistabellen (let op aantallen!)

	12-17		18-24		25-39		40-59		60+		Totaal	
	<u>N</u>	<u>%</u>	<u>N</u>	<u>%</u>	<u>N</u>	<u>%</u>	<u>N</u>	<u>%</u>	<u>N</u>	<u>%</u>	<u>N</u>	<u>%</u>
Zeer tevreden	0	0	12	24	26	33	36	40	15	21	89	29
Tevreden	6	33	14	28	42	53	24	27	32	46	118	38
Noch tevreden, noch ontevreden	3	17	8	16	5	6	17	20	3	4	37	12
Ontevreden	2	11	2	4	4	5	6	7	8	11	22	7
Zeer ontevreden	4	22	4	8	3	4	4	4	6	9	21	7
Weet niet	3	17	10	20	0	0	2	2	6	9	21	7
Totaal	18	100	50	100	80	100	90	100	70	100	308	100



8. De resultaten verwerken (10)

- Resultaten analyseren en visualiseren
 - Centrummaten (staat uitgebreid in theoriebundel)
 - Modus: meest voorkomende waarde
 - Mediaan: middelste getal (bij even: 2 middelste/2)
 - Gemiddelde: som waarden/aantal waarden
 - Benchmarken: vergelijken
 - Met ander onderzoek
 - Met ander tijdstip



8. De resultaten verwerken (11)

- Resultaten analyseren en visualiseren
 - Van waardeschaal naar %

Soort gradatie	-2	-1	+1	+2
Frequentie	nooit	soms	dikwijls	altijd
Belangrijkheid	Niet belangrijk	Matig belangrijk	Vrij belangrijk	Heel belangrijk

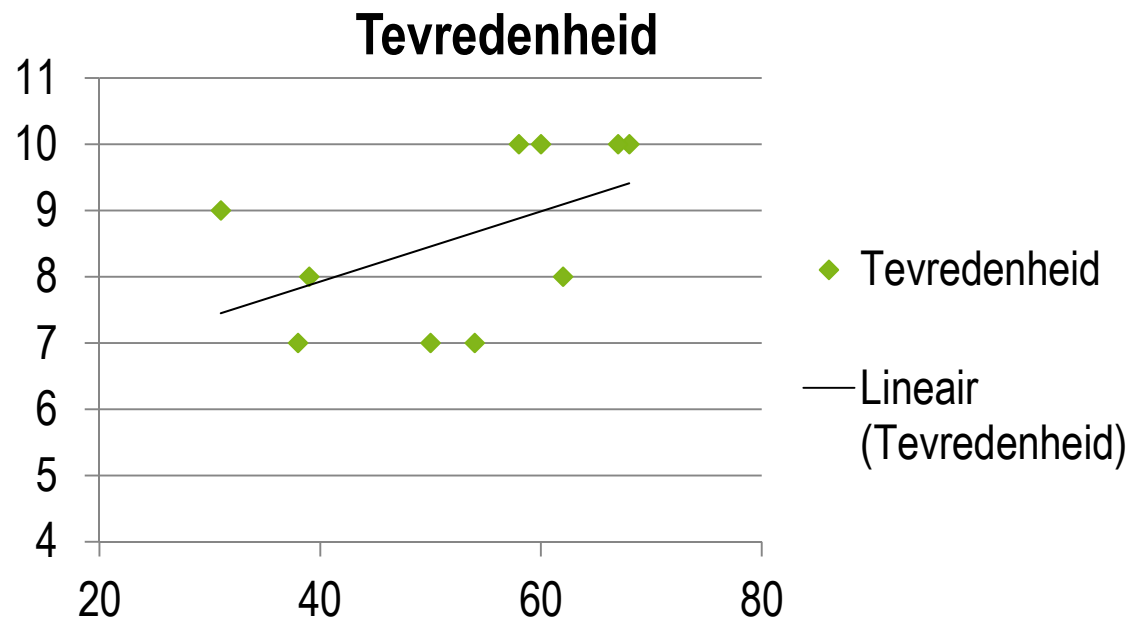
- Zet schaal om naar numeriek (vb -2, -1, 1, 2)
- Verreken -2 >0%, -1 >33,33%, 1 >66,66% en 2 >100%)



8. De resultaten verwerken (12)

- Resultaten analyseren en visualiseren
 - Verbanden tussen variabelen (spreidingsgrafiek)

	Leeftijd	Tevredenheid
1	58	10
2	39	8
3	62	8
4	68	10
5	60	10
6	67	10
7	50	7
8	31	9
9	38	7
10	54	7



8. De resultaten verwerken (13)

- Meer geavanceerde mogelijkheden (SPSS)
 - **Correlatie**: geeft in een cijfer weer hoe sterk twee variabelen met elkaar samenhangen
 - Vb. hangt het “aantal deelnames aan evenement x” samen met de “tevredenheid”?
 - **Regressieanalyse**: analyse of 2 variabelen zich verhouden onder de vorm $y=ax+b$.
 - Vb. wordt het “aantal deelnames aan evenement x” bepaald door de “tevredenheid”?
 - **Meervoudige regressieanalyse**: analyse of meerdere variabelen zich verhouden onder de vorm $y=ax_1+bx_2+c$
 - Vb. wordt het “aantal deelnames aan evenement x” bepaald door de variabelen “tevredenheid” en “leeftijd”?
 - **LET OP**: moeten kwantitatieve variabelen zijn



8. De resultaten verwerken (14)

- Andere, meer geavanceerde mogelijkheden
 - **T-test:** nagaan in hoeverre er statistisch significante verschillen zijn tussen twee groepen
 - Vb. is er verschil in “tevredenheid” afhankelijk v “geslacht”?
 - **One-way ANOVA:** nagaan of er verschillen bestaan tussen meer dan twee groepen
 - Vb. verschil in “tevredenheid” afh v ‘leeftijdsgroep’ (3)?
 - **Multiple-way ANOVA:** nagaan of er verschillen bestaan tussen meer dan twee groepen op meer dan één variabele (hoofdeffecten en interactie-effecten)
 - Vb. verschil in tevredenheid aan evenement “x” en in “aantal deelnames” tussen 3 leeftijdsgroepen?
 - **LET OP!** Te verklaren variabele moet kwantitatief zijn, de andere variabelen categoriaal



9. Conclusies en rapport: tips

- Bouw het verhaal logisch op, structuur!
- Visualiseer belangrijke gegevens
- Lees het rapport kritisch na
- Hou de onderzoeksvraag centraal bij de slotconclusie
- **GEBRUIK** en communiceer de resultaten
 - Niets frustrerender dan gevoel dat er niets meer wordt gedaan
 - breng respondenten die dit wensen op de hoogte van de resultaten schrijf een artikel over de enquête
 - presenteer het rapport en resultaten voor betrokkenen



Tips en tools voor bevragingen

- Tot zover het theoretische luik
- Vragen?



Tips en tools voor bevragingen

Na pauze

- Online tools
- Voorbeelden van bevragingen uit de federaties

