

Offerte Fictiva

Haalbaarheidsonderzoek



Aanleiding

Op vrijdag 28 oktober heeft tussen dhr. Jansen van Fictiva en [Marktonderzoekbureau Molgo](#) een telefonisch gesprek plaatsgevonden. In dit gesprek heeft dhr. Jansen aangegeven te willen onderzoeken in hoeverre er interesse is in een nieuwe full service carwash in Hoogeveen. Deze informatie is van belang om te kunnen bepalen of het haalbaar is om een carwash op te zetten in Hoogeveen. Tevens kan dit onderzoek, indien het haalbaar lijkt, dienen om een bank te overtuigen om te financieren. Om de kosten te beperken is het mogelijk dat het veldwerk (het afnemen van de enquêtes) door dhr. Jansen zelf wordt georganiseerd. Deze optie is in de offerte verwerkt.

Doelstelling van het onderzoek

Fictiva inzicht verschaffen in:

- 1) de mate van interesse in een carwash volgens het concept van Fictiva;
- 2) inzicht in de optimale prijsbepaling;
- 3) inzicht de mate waarin potentiële klanten gebruik zouden maken van de carwash;
- 4) verwachtingen met betrekking tot de carwash.

Werkwijze

Het onderzoek bestaat uit 3 onderdelen welke hieronder worden beschreven.

- 1) het opstellen van de vragenlijst.
- 2) het afnemen van de enquêtes.
- 3) het verwerken van de resultaten tot een helder rapport.

1) Het opstellen van de vragenlijst

[Marktonderzoekbureau Molgo](#) stelt op basis van informatie van dhr. Jansen een vragenlijst op. In deze offerte wordt gemikt op een vragenlijst van 5 minuten.



Bij het ontwikkelen van de vragenlijst wordt veel aandacht besteed aan de validiteit (meet wat je wilt meten) en de betrouwbaarheid (nauwkeurigheid van de meting). Ter verhoging hiervan worden de vragenlijsten gebaseerd op geaccepteerde wetenschappelijke modellen, zodat begrippen en constructen juist worden gemeten. Hierbij wordt speciale aandacht besteed aan de prijsbepaling, wat complex is om correct te meten. Daarnaast zullen de vragenlijsten worden bekeken door meerdere ervaren onderzoekers. Tot slot zal de vragenlijst onder enkele respondenten (personen die de vragenlijst invullen) worden getest.

2) Het afnemen van de enquêtes

De enquêtes zullen in Hoogeveen worden afgenomen. Afhankelijk van hoe nauwkeurig dhr. Jansen wil meten wordt het onderzoek onder meer of minder respondenten uitgevoerd. Hierin is het mogelijk om voor een 90% en een 95% betrouwbaarheidsniveau te kiezen. Dit betekent dat de resultaten die worden verkregen met 90% of met 95% zekerheid kloppen. Voor het onderzoek is het ook belangrijk om een beslissing te nemen over hoe *nauwkeurig* de resultaten moeten zijn. Hoe meer respondenten, hoe nauwkeuriger de resultaten. In de onderstaande tabel staat aangegeven hoe groot de afwijking is bij hoeveel respondenten. Een betrouwbaarheidsniveau van 95% en een afwijking van 2% houdt in dat wanneer uit de steekproef blijkt dat 37% bij een prijs van €x,- voor dhr. Jansen zal kiezen, met 95% zekerheid kan worden gezegd dat tussen de 35% en de 39% van de respondenten voor de carwash van dhr. Jansen zal kiezen.

Aantal respondenten benodigd voor 95% betrouwbaarheid	Afwijking
400	5%
600	4%
1.050	3%
2.180	2%
6.750	1%

Wanneer wordt uitgegaan van een 90% betrouwbaarheidsniveau gelden de volgende aantallen respondenten.



Aantal respondenten benodigd voor 90% betrouwbaarheid	Afwijking
280	5%
440	4%
750	3%
1.600	2%
5.100	1%

In deze offerte wordt uitgegaan van 400 respondenten, omdat dit in de meeste onderzoeken een acceptabele hoeveelheid wordt bevonden. Dhr. Jansen kan beslissen om de vragenlijsten zelf af te nemen, of om dit uit te besteden aan [Marktonderzoekbureau Molgo](#).

3) Het verwerken van de resultaten tot een heldere rapportage

Wanneer de resultaten binnen zijn worden deze in een statistisch programma ingevoerd, statistisch verwerkt en weergegeven in een helder rapport. Er wordt weergegeven hoe groot de interesse is en bij welke prijs hoeveel consumenten zouden kiezen voor dhr. Jansen. Verder wordt beschreven onder welke groepen de interesse hoger dan wel lager is. Tevens wordt middels statistische toetsen onderzocht in hoeverre de resultaten significant zijn. De resultaten bestaan uit:

- weergave door middel van gemiddelden en andere samenvattende maten (bijvoorbeeld de interesse bij een bepaalde prijs in procenten);
- weergave en samenvattingen van antwoorden op open vragen;
- weergave van de resultaten in tabellen en grafieken;
- analyse van verschillen tussen groepen (bijvoorbeeld oudere en jongere mensen door middel van regressie-, variantie- en/of clusteranalyse);
- interpretatie van deze resultaten (wat betekenen al deze getallen voor de haalbaarheid, de marketing en de manier waarop de carwash van dhr. Jansen optimaal kan worden opgezet);
- advies

[Marktonderzoekbureau Molgo](#) besteedt relatief zeer veel aandacht aan de adviesfase, omdat uit het onderzoek vaak vele aanbevelingen vallen te halen die bij een vluchtige of



ondeskundige analyse van de resultaten niet naar boven komen. [Marktonderzoekbureau Molgo](#) heeft de ervaring dat deze aandacht aan de adviesfase resulteert in een aanzienlijk hogere effectiviteit van het onderzoek.

Planning en kostenoverzicht

Het totale onderzoek zal bij volledige uitvoering door [Marktonderzoekbureau Molgo](#) ongeveer 6 weken in beslag nemen. De prijzen per onderdeel zijn:

- 1) opstellen en testen van een vragenlijst à €620,-;
- 2) het afnemen van 400 enquêtes en het digitaliseren van de antwoorden à €2.800,-.

Fictiva kan beslissen om de vragenlijsten zelf af te nemen en in te voeren in een aangeleverd format;

- 3) het verwerken van de resultaten à €1.340,-.

Alle bovenstaande onderdelen zijn exclusief BTW. De factuur zal pas na oplevering van het eindproduct worden verzonden en dient binnen 2 weken te worden voldaan.

Voorwaarden

- 1) [Marktonderzoekbureau Molgo](#) kan alleen in het geval van opzet of grove schuld aansprakelijk worden gesteld voor opgedane schade. Het bedrag waarvoor [Marktonderzoekbureau Molgo](#) aansprakelijk kan worden gesteld bedraagt ten hoogste het offertebedrag.
- 2) Het aantal respondenten kan afhankelijk van diverse factoren ten hoogste 5% van het totaal afwijken, zowel in positieve als negatieve zin. In beide gevallen heeft dit geen effect op overige verplichtingen binnen deze offerte.
- 3) Op deze offerte zijn de algemene voorwaarden van [Marktonderzoekbureau Molgo](#) van toepassing. Deze worden op aanvraag beschikbaar gesteld.



Waarom Marktonderzoekbureau Molgo?

Bij [Marktonderzoekbureau Molgo](#) is naast kennis over marktonderzoek ook veel kennis aanwezig over hoe organisaties werken. Door deze kennis kunnen de onderzoeksresultaten worden omgezet in zeer praktische aanbevelingen, zodat de resultaten werkelijk leiden tot positieve veranderingen.

Samenwerkingsovereenkomst

Getekend door, namens Fictiva

....., (handtekening)

dd....., te Hoogeveen en

door, namens [Marktonderzoekbureau Molgo](#),

....., (handtekening)

dd....., te Groningen.