

Markt-onderzoek bestemd voor een FIT-centrum

Citation for published version (APA):

de Goffau, C. T. A., & van Lieshout, S. G. G. (1993). *Markt-onderzoek bestemd voor een FIT-centrum*. (TU Eindhoven. Fac. TBDK, Bedrijfskundewinkel : ondernemersadviezen; Vol. 93.004). Technische Universiteit Eindhoven.

Document status and date:

Gepubliceerd: 01/01/1993

Document Version:

Uitgevers PDF, ook bekend als Version of Record

Please check the document version of this publication:

- A submitted manuscript is the version of the article upon submission and before peer-review. There can be important differences between the submitted version and the official published version of record. People interested in the research are advised to contact the author for the final version of the publication, or visit the DOI to the publisher's website.
- The final author version and the galley proof are versions of the publication after peer review.
- The final published version features the final layout of the paper including the volume, issue and page numbers.

[Link to publication](#)

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal.

If the publication is distributed under the terms of Article 25fa of the Dutch Copyright Act, indicated by the "Taverne" license above, please follow below link for the End User Agreement:

www.tue.nl/taverne

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at:

openaccess@tue.nl

providing details and we will investigate your claim.

MARKT- ONDERZOEK

Bestemd voor een FIT-CENTRUM

Ontwerpers: Corien de Goffau 304302
Sabine van Lieshout 305134
Opdrachtcode: 93.06.004

Eindhoven, 15 juli 1993

SAMENVATTING

Dhr. de Jong wil een fit-centrum starten met als belangrijkste pijler Bedrijfsfitness. Het probleem is dat onbekend is hoe groot de interesse van het bedrijfsleven hiervoor is. Door telefonische interviews bij de bedrijven die Dhr. de Jong had aangegeven hebben we geprobeerd inzicht te krijgen in de mate van interesse. Veel geïnterviewden zijn niet goed genoeg bekend met het begrip bedrijfsfitness. Daardoor denken ze vaak dat het wel nuttig kan zijn maar niet bij hun bedrijf. Daarom menen wij dat veel meer aan de bekendheid van bedrijfsfitness gewerkt moet worden om het succesvol te kunnen laten zijn.

VOORWOORD

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van de Bedrijfskundewinkel. De Bedrijfskundewinkel is een door studenten gerund adviesbureau met als doel op niet commerciële basis onderzoek te verrichten voor diegenen, die zelf niet over de kennis beschikken en de financiële capaciteiten om een commercieel adviesbureau in te schakelen. We willen iedereen bedanken die heeft meegeholpen aan de realisering van dit rapport.

INHOUDSOPGAVE

1 INLEIDING	1
2 SITUATIESCHETS	2
3 UITWERKING PROBLEEM	3
3.1 Inleiding	3
3.2 Doelstelling en vraagstelling	3
3.3 Verantwoording	3
3.4 Probleemformulering	4
3.5 Inzichten-inventarisatie	4
3.6 Verfijning van de probleemstelling	5
3.6.1 Verfijning van het begrippenkader	7
3.6.2 Precisering van de verbanden	8
3.7 Afbakening	9
4 ONDERZOEKSPLAN VOOR PROBLEEM	11
4.1 Grondvorm en onderzoekstype	11
4.2 Het vergelijkend of comparatief onderzoek	11
4.2.1 Indicatie	12
4.2.2 Operationalisatie	12
4.2.3 Geldigheid en betrouwbaarheid	12
4.3 Verzameling, verwerking en rapportage	13
5 UITWERKING VAN HET ONDERZOEKSPLAN	14
5.1 Verzamelen van gegevens	14
5.2 De interviews	15
5.2.1. Resultaten van de interviews	15
6 CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	20
7 LITERATUURLIJST	21

1 INLEIDING

De uitvoering van de opdracht is gecombineerd met de uitvoering van het keuzevak Organisatie-onderzoek.

Het keuzevak Organisatie-onderzoek maakt onderdeel uit van het keuze-curriculum behorende bij de studie Technische bedrijfskunde aan de Technische Universiteit Eindhoven. Het doel van dit keuzevak is om eigen te worden met de methodologiën die er bestaan om een organisatie-onderzoek op verantwoorde wijze uit te voeren. Bij de uitwerking van dit probleem hebben wij gebruik gemaakt van de richtlijnen gegeven door van der Zwaan [9].

Er is bij ons onderzoek sprake van één algemeen probleem en wel het volgende: Dhr. P. de Jong wil als één van zijn activiteiten van zijn fit-centrum bedrijfsfitness aan gaan bieden.

Over bedrijfsfitness is nog erg weinig bekend en de vorm waarin Dhr. de Jong het wil gaan presenteren bestaat nog helemaal niet in Nederland. Het probleem is de moeilijkheid waarmee in te schatten valt of een dergelijk bedrijfsfitness-programma haalbaar is.

Specifiek probleem : Hebben bedrijven interesse in bedrijfsfitness zoals Dhr. de Jong die presenteert?

In het volgende hoofdstuk wordt een situatieschets gegeven en uitgelegd welke vorm van bedrijfsfitness Dhr. de Jong beoogt. In de hoofdstukken 3 en 4 worden het gegeven probleem uitgewerkt tot een onderzoeksplan. In de hoofdstukken 5 en 6 wordt het onderzoeksplan uitgewerkt en de resultaten gegeven. Hoofdstuk 6 geeft de conclusies en aanbevelingen die naar aanleiding van dit onderzoek worden gepresenteerd.

2 SITUATIESCHETS

Voordat begonnen kan worden met het ontwerpen van een onderzoek is een situatieschets nodig. Dhr. de Jong wil graag een fit-centrum starten in zijn woonplaats Zevenbergen. Een pijler voor zijn bedrijf zou bedrijfsfitness moeten worden naast de fitness voor particuliere bezoekers. Hieronder volgt een gedetailleerde beschrijving van bedrijfsfitness zoals Dhr. de Jong deze voor ogen heeft.

Onder bedrijfsfitness wordt verstaan: Het geheel van activiteiten dat tot een gezonde werknemer met een goede conditie leidt. Het programma dient (indien nodig) een verandering van levensstijl in positieve zin te bevorderen. Te denken valt hierbij aan meer bewegen, gezondere voeding, minder roken en minder alcohol-gebruik.

Een verantwoord conditie-verbeterend en -onderhoudend programma bestaat uit de volgende onderdelen:

1. Medische keuring
2. Een fitheidstest, meting van o.a. lichaamsbouw, lenigheid, lucht- en uithoudingsvermogen.
3. Aan de hand van de medische keuring en de fitheidstest wordt een individueel fitness-programma samengesteld. Dit programma wordt met behulp van groepstrainingen en/of speciale apparatuur uitgevoerd, waarbij een goede deskundige begeleiding van groot belang is.
4. Regelmatige resultaatmeting.
5. Voorlichting op het gebied van o.a. voeding, alcohol, roken en stress.[7]

Er bestaan wel reeds bedrijven die bedrijfsfitness in praktijk hebben gebracht, maar dit gebeurt geheel intern. Het bijzondere aan het plan van Dhr. de Jong is dat verschillende bedrijven de bedrijfsfitness aan hem uitbesteden. Tot zijn doelgroep behoren bedrijven in de regio van Zevenbergen en Moerdijk.

Bij het bedrijf van Dhr. de Jong zullen vijf mensen werkzaam zijn. Allereerst Dhr. de Jong zelf, hij is gekwalificeerd trainer en zal een groot deel van het programma verzorgen, daarnaast zijn vrouw die als bedrijfsleider zal functioneren, een lerares die een ander deel van het programma verzorgt, een fysiotherapeut en een bedrijfsarts. Laatste drie personen zullen om te beginnen als part-timer werkzaam zijn.

3 UITWERKING PROBLEEM

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk zal het probleem worden uitgewerkt. Voor de duidelijkheid nogmaals de beschrijving van het probleem:

Zijn bedrijven geïnteresseerd in bedrijfsfitness zoals Dhr. de Jong die aanbiedt?

Om tot een goede probleemstelling te komen moeten de volgende fasen worden doorlopen:

- Verantwoording
- Probleemformulering
- Inzichten-inventarisatie
- Verfijning probleemstelling
- Afbakening

In de volgende paragrafen worden deze fasen ieder afzonderlijk behandeld. Eerst worden de doelstelling en de vraagstelling geformuleerd.

3.2 Doelstelling en vraagstelling

Het is vrij gebruikelijk om in de probleemstelling van een onderzoek een onderscheid te maken naar de doelstelling en de vraagstelling. Bij de doelstelling gaat het om het 'waarom' van het onderzoek [8]. Met andere woorden, bij de doelstelling gaat het om het kennisbelang, bij de vraagstelling om het kennisdoel [6].

Met behulp van deze definitie definiëren wij de doelstelling als volgt: Het bepalen van welke categorie bedrijven interesse heeft in bedrijfsfitness in een externe vorm, met andere woorden het bepalen van het marktsegment.

de vraagstelling is dan: Is bedrijfsfitness in een externe vorm een goed idee?

3.3 Verantwoording

Voordat men met een onderzoek begint moet men zich afvragen of de baten opwegen tegen de kosten. Hier zal dat zeker het geval zijn. Zoals al gesteld is het doel van het onderzoek het bepalen van geschikte marktsegmenten wanneer dit niet wordt gedaan zal de promotie voor het fit-centrum worden gericht op de verkeerde bedrijven of men zou zelfs een foute go/no go beslissing kunnen nemen.

Daarnaast is het zo dat wanneer uit het onderzoek blijkt dat er een voldoende groot marktsegment bestaat de financieringsmogelijkheden van het project worden vergroot. De kosten van onderzoek zijn dermate gering dat ze opwegen tegen de financiële

consequenties van een verkeerde beslissing.

Het al dan niet ethisch zijn is een ander aspect van verantwoording van een onderzoek. Ons onderzoek behelst geen maatschappelijk taboe en de methoden die gebruikt zullen worden zijn methoden die al in vele situaties zijn toegepast en geaccepteerd zijn. Aangezien de situatie hier niet extreem anders is kunnen we er van uit gaan dat ons onderzoek ethisch verantwoord is.

Over het begrip bedrijfsfitness is in Nederland nog weinig bekend. Helemaal is er weinig ervaring met bedrijfsfitness. Dit zal ons onderzoek bemoeilijken omdat er geen statistisch materiaal aanwezig is wat resultaten zou kunnen aangeven van bedrijfsfitness. Het benaderen van de doelgroep zal moeizamer verlopen en de antwoorden op gestelde vragen kunnen minder concreet zijn.

3.4 Probleemformulering

Het probleem is dat het onbekend is welke bedrijven geïnteresseerd zouden zijn in bedrijfsfitness in een externe vorm. Een bijkomend probleem is dat bedrijven niet bekend zijn met het begrip 'bedrijfsfitness in een externe vorm', sterker nog veel bedrijven zijn niet bekend met het begrip bedrijfsfitness.

Om te kunnen bepalen of bedrijven interesse hebben, zal eerst het probleem met betrekking tot de informatievoorziening opgelost moeten worden.

Hierbij kan men stuiten op problemen als:

- De juiste persoon op de juiste plaats vinden binnen het bedrijf.
- De bereikbaarheid en beschikbaarheid van die persoon.

De probleemhebber is dhr. de Jong, immers het is zijn bedrijf dat wil starten met het experiment van bedrijfsfitness in de externe vorm.

3.5 Inzichten-inventarisatie

Over bedrijfsfitness is wel het een en ander bekend, al is het weinig. er zijn wat afstudeerverslagen en artikelen over dit onderwerp verschenen. Deze geven een beeld van wat onder bedrijfsfitness verstaan kan worden [2,3,7]. Geen van deze afstudeerverslagen en artikelen handelt over bedrijfsfitness in een externe vorm.

3.6 Verfijning van de probleemstelling

Bij het uiteen rafelen van het probleem gebruiken wij onderstaande tabel en het conceptuele schema (zie na tabel). In een conceptueel schema worden relaties gelegd tussen relevante begrippen. Het daadwerkelijk bestaan van deze relaties kan eventueel bevestigd worden door het te voeren onderzoek. Voorwaarde is dan echter dat de begrippen en relaties eenduidig zijn vastgelegd. Dit gebeurt verderop in het verslag. In de tabel zijn de concepten en bijbehorende indicatoren en variabelen weergegeven. Opmerking hierbij is dat niet alle mogelijke indicatoren en variabelen zijn weergegeven omdat daardoor het conceptuele schema te uitgebreid wordt. Alleen de belangrijkste indicatoren en variabelen zijn weergegeven.

Tabel 3.1

Concepten	Indicatoren	Variabelen
overlevingskans fit-centrum	te verwachten financieel resultaat	jaarlijkse omzet minus kosten.
	financieringsmogelijk- heden	bedrag dat door der- den geïnvesteerd wordt
	bekendheid bedrijfs- fitness	percentage bedrijven dat bekend is met het begrip.
		percentage bedrijven dat dezelfde definitie hanteert als bovenstaan- de
	Interesse voor bedrijfsfitness.	percentage bedrijven dat bedrijfsfitness in wil gaan voeren.
interesse bedrijven voor bedrijfsfitness in externe vorm	interesse werknemers	percentage werkne- mers dat actief wil deelnemen aan een extern bedrijfsfit- nessprogramma.
	voor- en nadelen ex- terne vorm in verge- lijking met interne vorm.	benodigde tijd voor afstand fit-centrum - bedrijf - huis.

		kosten per werknemer (fl/werknemer)
		aantal verschillende programma-onderde- len.
		aantal deelnemende werknemers.
		maximaal aantal deel- nemers per dagdeel.
soort bedrijf	omvang	aantal werknemers
	type bedrijf volgens Botter [1]	plaats in de bedrijfs- kolom
		Grootte van de fabrica- ge- serie
resultaat bedrijfs- fitness.	werksfeer	mate van werkbevred- iging bij de werkne- mers
		mate van samenwerk- ing tussen werkne- mers.
	gezondheid werknemer	aantal dagen per jaar dat iemand ziek is.
	produktiviteit	hoeveelheid gereed produkt dat per tijdseenheid gereali- seerd wordt.
	motivatie	de mate waarin men bereid is om te wer- ken.
		de mate waarin men plezier heeft in zijn werk.
	verzuim	aantal dagen afwezig- heid per jaar van werknemer.

	functioneren werknemer.	aantal gemaakte fouten per tijdseenheid.
--	-------------------------	--

3.6.1 Verfijning van het begrippenkader

In alfabetische volgorde zullen de begrippen uit het conceptuele schema en tabel 3.1. eenduidig worden gedefinieerd.

bekendheid bedrijfsfitness Het percentage bedrijven dat bekend is met het begrip bedrijfsfitness en in hoeverre hun omschrijving hiervan overeenkomt met de door ons reeds gegeven definitie van bedrijfsfitness.

financieringsmogelijkheden De mate waarin derden bereid zijn om te investeren in het fit-centrum, dusdanig dat het fit-centrum realiseerbaar wordt.

functioneren van de werknemer het uithoudingsvermogen en het concentratievermogen van de werknemer, de mate waarin zowel geestelijke als fysieke vermoeidheid optreden.

gezondheid werknemer de lichamelijke conditie van de werknemer waardoor deze bestand is tegen ziekte en tegen stress.

interesse bedrijven voor externe vorm De mate waarin men er aan denkt om bedrijfsfitness uit te besteden aan een extern fit-centrum.

interesse bedrijfsfitness De mate waarin men er over denkt om bedrijfsfitness in te voeren voor de werknemers van het bedrijf.

interesse werknemers De mate waarin werknemers actief deelnemen aan een bedrijfsfitness-programma dat in externe vorm wordt aangeboden.

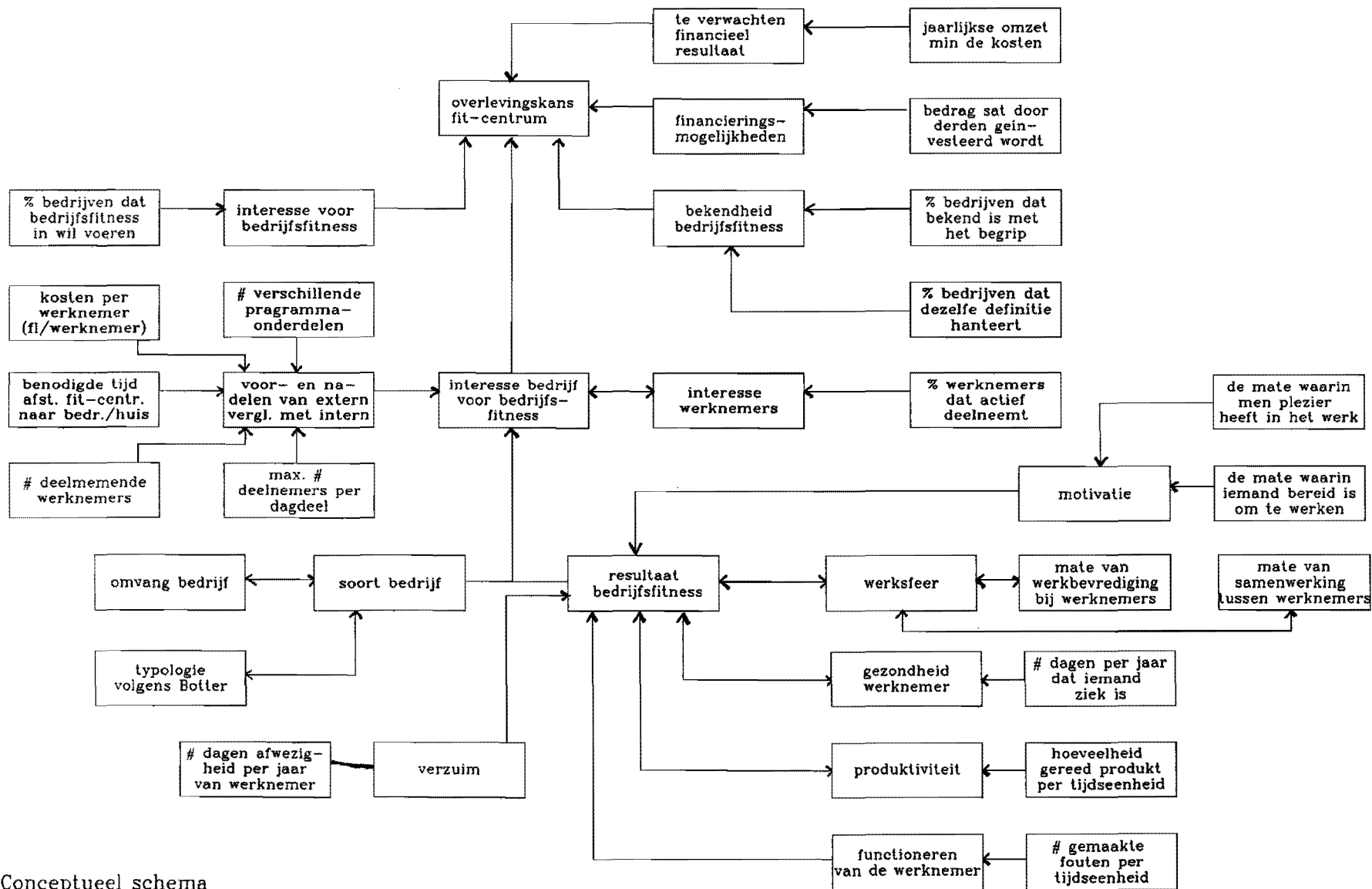
motivatie De wil en het plezier om te werken.

overlevingskans fitcentrum de kans dat er een positief financieel resultaat behaald kan worden, zodanig dat de eigenaar er een redelijk bestaan van kan leiden.

productiviteit De hoeveelheid gereed produkt die er per tijdseenheid geleverd wordt.

resultaat bedrijfsfitness de bijdrage die bedrijfsfitness levert aan het functioneren van het bedrijf.

te verwachten financieel resultaat voorcalculatie van de resterende omzet na aftrek van de diverse kostenposten.



Conceptueel schema

uitstraling bedrijf naar buiten hoe het bedrijf door zijn omgeving gezien wordt.

verzuim aantal dagen afwezigheid van werknemers bij het bedrijf als gevolg van ziekte.

voor- en nadelen externe vorm Die voor- en nadelen die duidelijk worden na vergelijking van de interne met de externe vorm.

werksfeer de wijze van samenwerking tussen de werknemers en de mate van werkbevrediging.

3.6.2 Precisering van de verbanden

De in het conceptuele schema aangegeven verbanden zijn de volgende:

overlevingskans fit-centrum - te verwachten financiële resultaat: de overlevingskans van het fit-centrum wordt groter naarmate het te verwachten resultaat toeneemt.

overlevingskans fit-centrum - financieringsmogelijkheden: Hoe groter de financieringsmogelijkheden zijn hoe groter de overlevingskans van het fit-centrum.

overlevingskans bedrijfsfit-centrum - bekendheid bedrijfsfitness: Wanneer bedrijven niet bekend zijn met het begrip bedrijfsfitness zal men ook niet op het idee komen om bedrijfsfitness aan te bieden aan de werknemers, dat betekent minder klanten voor het fit-centrum en dat betekent een minder grote omzet en dat betekent een kleinere overlevingskans.

overlevingskans fit-centrum - interesse bedrijven voor bedrijfsfitness in externe vorm: Hoe groter de interesse van bedrijven voor bedrijfsfitness in een externe vorm is hoe meer klanten het fit-centrum zal hebben en hoe groter de overlevingskans zal zijn.

interesse bedrijven voor bedrijfsfitness in een externe vorm - interesse werknemers: Als de werknemers weinig interesse tonen voor bedrijfsfitness zal het bedrijf ook weinig interesse tonen voor bedrijfsfitness en zeker niet in externe vorm.

interesse bedrijven voor bedrijfsfitness in een externe vorm - voor- en nadelen externe vorm in vergelijking met interne vorm: Als de voordelen van bedrijfsfitness in een externe vorm zwaarder wegen dan de nadelen zal de interesse voor bedrijfsfitness in een externe vorm groter zijn, ervan uitgaande dat interesse voor bedrijfsfitness in welke vorm dan ook aanwezig is.

interesse bedrijven voor bedrijfsfitness in externe vorm - resultaat bedrijfsfitness: Wanneer er positieve resultaten behaald worden met bedrijfsfitness zal de interesse van bedrijven voor bedrijfsfitness stijgen, dus ook voor bedrijfsfitness in externe vorm.

resultaat bedrijfsfitness - werksfeer: Hoe beter de werksfeer na invoering van bedrijfsfitness hoe beter het resultaat van bedrijfsfitness.

resultaat bedrijfsfitness - gezondheid werknemer: Hoe beter de gezondheid van de werknemer na invoering van bedrijfsfitness hoe beter het resultaat van bedrijfsfitness.

resultaat bedrijfsfitness - produktiviteit werknemer: Hoe hoger de produktiviteit na invoering van bedrijfsfitness hoe beter het resultaat van bedrijfsfitness.

resultaat bedrijfsfitness - motivatie: Hoe beter de motivatie na invoering van bedrijfsfitness hoe beter het resultaat van bedrijfsfitness.

resultaat bedrijfsfitness - verzuim: Hoe lager het verzuim na invoering van bedrijfsfitness hoe beter het resultaat van bedrijfsfitness.

resultaat bedrijfsfitness - functioneren werknemer: Hoe beter de werknemer functioneert na invoering van bedrijfsfitness hoe beter het resultaat.

soort bedrijf - type volgens Botter: Botter heeft een typologie van bedrijven gemaakt aan de hand van de plaats van een bedrijf in de bedrijfskolom en de grootte van de fabricageseries.

soort bedrijf - omvang: Botter heeft bij zijn typologie de omvang van bedrijven niet expliciet meegenomen bij zijn indeling, echter in dit geval is de omvang van een bedrijf wezenlijk van belang.

soort bedrijf - afstand bedrijf - fitcentrum: De afstand van het bedrijf tot aan het fitcentrum is een eigen schap die het bedrijf in dit verband typeert.

soort bedrijf - interesse bedrijven voor bedrijfsfitness in een externe vorm: Bedrijven met bepaalde eigenschappen zullen wellicht meer belangstelling hebben voor bedrijfsfitness in een externe vorm.

soort bedrijf - resultaat bedrijfsfitness: Bij bedrijven die aan bepaalde eigenschappen voldoen zal bedrijfsfitness een beter resultaat boeken.

3.7 Afbakening

Door beperkende factoren zoals tijd en geld zal het probleem afgebakend moeten worden om tot een goed resultaat te kunnen komen.

Daarom zullen we nog even terug kijken naar het oorspronkelijke probleem:

Hebben bedrijven interesse in bedrijfsfitness in de vorm zoals Dhr. de Jong die presenteert?

Wij zullen ons in dit onderzoek beperken tot de begrippen interesse van bedrijven voor externe bedrijfsfitness en eigenschappen van bedrijven.

Wij zullen proberen te achterhalen of er een duidelijk verband bestaat tussen de interesse van bedrijven voor bedrijfsfitness en bepaalde eigenschappen die bedrijven hebben. De relevante eigenschappen zijn aangegeven in tabel 3.1.

4 ONDERZOEKSPLAN VOOR PROBLEEM

4.1 Grondvorm en onderzoekstype

Onderdeel van het opstellen van een onderzoeksplan is het bepalen van de grondvorm van het probleem waarna een onderzoekstype kan worden gekozen. Aangaande het probleemveld 'bedrijfsfitness' is weinig theorie te vinden, men kan daarom spreken van een 'theorie-arm' probleemveld. Grondvormen of vormen van onderzoek hebben als belangrijkste criteria van indeling de mate waarin het te onderzoeken probleem uitgewerkt is tot een stukje theorie. Daarom zal het duidelijk zijn dat ons onderzoek de grondvorm verkennend ofwel explorerend zal zijn.

De onderzoekstypen waar wij volgens van der Zwaan vervolgens een keuze uit kunnen maken zijn de volgende:

- * case study
- * simulatie onderzoek
- * vergelijkend of comparatief onderzoek

Op grond van onze vraagstelling is vergelijkend of comparatief onderzoek het meest voor de hand liggende type onderzoek om te gebruiken. Specifieker; comparatief onderzoek van een dwarsdoorsnede van één moment. Het gaat namelijk om het meten van interesse voor bedrijfsfitness bij bedrijven op een bepaald moment. De resultaten van deze metingen bij verschillende bedrijven moeten naast elkaar gelegd worden om zo een categorie bedrijven te kunnen vormen die geïnteresseerd is in bedrijfsfitness in een externe vorm. Op deze wijze wordt ook een marktsegment bepaald [5].

4.2 Het vergelijkend of comparatief onderzoek

Het meten van een groot aantal bedrijven is onontbeerlijk om een duidelijk beeld te kunnen krijgen van het marktsegment voor externe bedrijfsfitness. Het meten van een groot aantal eenheden is dan ook een kenmerk van comparatief of vergelijkend onderzoek.

Een nadeel van comparatief onderzoek is dat het een momentopname is, er worden geen processen in de tijd gevolgd. Daarom is het voor ons, dit onderzoekstype hanterende, onmogelijk om bijvoorbeeld de produktiviteit van bedrijven voor en na de komst van bedrijfsfitness te meten.

4.2.1 Indicatie

De begrippen welke genoemd zijn zullen hier worden geïndiceerd:

interesse in bedrijfsfitness: de mate waarin men erover denkt om bedrijfsfitness in te voeren voor de werknemers van het bedrijf.

omvang: grootte van het personeelsbestand

interesse voor bedrijfsfitness in externe vorm: de mate waarin men erover denkt bedrijfsfitness uit te besteden aan een extern fitnesscentrum.

4.2.2 Operationalisatie

De genoemde begrippen zullen in deze paragraaf geoperationaliseerd worden.

interesse in bedrijfsfitness: percentage bedrijven dat bedrijfsfitness in wil gaan voeren.

omvang: aantal werknemers van het bedrijf

interesse voor bedrijfsfitness in externe vorm: percentage bedrijven dat bedrijfsfitness wil uitbesteden aan een extern fitnesscentrum

4.2.3 Geldigheid en betrouwbaarheid

Nu de relevante begrippen geïndiceerd en geoperationaliseerd zijn, beschikken we over meetinstrumenten. Het gaat er nu om of de gehanteerde begrippen ook inhoudelijk valide en betrouwbaar zijn. Validiteit heeft te maken met de inhoudelijke kant van de indicator oftewel in hoeverre het begrip zoals operationeel bepaald overeenkomt met het begrip zoals bedoeld.

In dit geval zijn de genoemde begrippen goed kwantificeerbaar.

Een instrument is betrouwbaar als bij herhaalde meting een identieke uitkomst verkregen wordt. Omdat wij de vragen eenduidig zullen stellen zijn we ervan overtuigd dat ook dat in voldoende mate zo zal zijn.

4.3 Verzameling, verwerking en rapportage

De verdere opzet van het onderzoek kan opgedeeld worden in drie fasen:

1. Verzamelen van gegevens;
2. verwerking van gegevens;
3. rapportage.

Het is belangrijk dat in de onderzoeksopzet al duidelijk wordt aan gegeven hoe deze fasen uitgevoerd dienen te worden. In het volgende hoofdstuk wordt het onderzoeksplan uitgewerkt.

5 UITWERKING VAN HET ONDERZOEKSPLAN

5.1 Verzamelen van gegevens

Het verzamelen van gegevens zal gebeuren aan de hand van een telefonische enquête. Deze telefonische enquête wordt opgezet en afgenomen zoals door Emans [4] is beschreven. Voordat contact wordt opgenomen met de respondent wordt eerst gecheckt of de respondent de bevoegdheid heeft om de beslissing te nemen om werknemers de mogelijkheid van bedrijfsfitness aan te bieden ofwel een grote invloed kan hebben op die beslissing. De vragen zullen zo gesteld worden dat korte antwoorden voldoende zijn.

Er is gekozen voor deze manier van verzamelen van gegevens omdat in een kort tijdsbestek informatie moet worden verzameld, dit heeft te maken met het beslissings-tijdstip van Dhr. de Jong.

Het aantal bedrijven dat benadert zal worden is vrij klein, dit om de volgende reden. Wij dienen ons te beperken tot de bedrijven die zich in een straal van 50 km rondom Zevenbergen bevinden, waar Dhr. de Jong zijn fit-centrum zal vestigen. Dhr. de Jong heeft ons een lijstje gegeven met bedrijven en gevraagd of we ons aan dat lijstje wilden houden omdat hijzelf al wat bedrijven benaderd had.

5.2 De interviews

Hieronder volgen de vragen die tijdens de telefonisch gehouden interviews gesteld zijn. Bij ieder telefoongesprek hebben wij een inleidend praatje gehouden waarbij we vermeldden dat we studenten waren aan de Technische Universiteit Eindhoven en bezig zijn met een onderzoek naar de interesse van bedrijven in bedrijfsfitness.

Gestelde vragen

1. Wat voor soort bedrijf heeft u?
2. Hoeveel werknemers heeft uw bedrijf?
3. Bent u bekend met het begrip bedrijfsfitness?
Hierbij vroegen we met name ook of men het begrip bedrijfsfitness ook in de breedste zin van het woord kende, dus zoals het door Dhr. de Jong gehanteerd wordt.
4. Staat uw bedrijf positief tegenover bedrijfsfitness?
5. Levert bedrijfsfitness volgens u een positieve bijdrage aan:
 - produktiviteitsverbeteringen
 - motivatie van de werknemers
 - gezondheid van de werknemer
 - vermindering van verzuim
 - het functioneren van de werknemers
6. Geeft u de voorkeur aan een fitness-gelegenheid binnen of buiten de onderneming?
- 6a. Indien u de voorkeur geeft aan een fitness-gelegenheid buiten de onderneming, binnen welke straal van uw onderneming dient deze gelegenheid zich dan te bevinden?
7. Wat moet een bedrijfsfitnessprogramma volgens u ongeveer inhouden?
8. Welke prijs zou u maandelijks per werknemer willen uitgeven voor een fitness-programma?

5.2.1. Resultaten van de interviews.

Per benaderd bedrijf zullen wij nu achtereenvolgens de gegeven antwoorden weergeven.

Zeehavenbedrijf Dordrecht
Vlasweg 19
4782 PW Moerdijk

contactpersoon: Dhr. J. Bornet
tel: 01680-28050

1. Spreekt voor zich.
2. Het bedrijf omvat 55 werknemers.
3. Dhr. Bornet is wel bekend met het begrip bedrijfsfitness, maar op dit moment

wordt daar nog geen gebruik van gemaakt.

4. Net als velen vormen van sport moet ook bedrijfsfitness een positieve bijdrage kunnen leveren, echter hij is van mening dat vele werknemers al aan sport doen. Zodoende zal er weinig animo bestaan om ook nog aan een vorm van sport in bedrijfsverband te doen.
5. zie 4
Gezien het antwoord op vraag 4 had het weinig zin om nog verder door te vragen.

Argentia B.V.
Oostelijke Randweg 2
4782 PZ Moerdijk

contactpersoon: C.G. Kleiman
tel: 01680- 26288

1. Bedrijf dat zich bezig houdt met de recycling van fotochemisch afval.
2. Het bedrijf omvat 27 werknemers.
3. Mevr. Kleiman is wel bekend met bedrijfsfitness.
4. Er bestaat wel interesse voor zover er tijd voor is. Ze denkt echter dat de interesse snel af zal nemen wanneer het buiten de normale werktijden moet gebeuren.
5. Aan al deze aspecten zal weinig bijgedragen worden door bedrijfsfitness
6. Wanneer het er zou komen, dan binnen het eigen bedrijf.

Als laatste had ze de opmerking wel een bedrijf te kennen dat zijn werknemers de gelegenheid biedt om aan een bedrijfsfitness-programma deel te nemen. Echter daar blijkt de deelname door de werknemers erg tegen te vallen. Haar eigen bedrijf begint binnekort met nieuwbouw. Zij hebben er zelf ook over nagedacht, maar besloten om het niet te doen uit angst voor te weinig animo.

Logistic Container Centre C.V.
Appelweg 9
4782 PX Moerdijk

contactpersoon: G.A.O. Honselaar
tel: 01683-2855

1. Bedrijf dat zich bezighoudt met de reparatie van vrachtcontainers.
2. Het bedrijf omvat 21 werknemers.
3. Mevr. Honselaar heeft wel eerder van de term bedrijfsfitness gehoord, maar weet niet exact wat dit inhoudt. (vandaar dat wij wat toelichting gegeven hebben)
4. Ze denkt niet dat de interesse onder de werknemers erg groot zal zijn. \ Misschien wel bij de mensen die werkzaam zijn op het kantoor, maar toch wel minder onder de mensen uit de produktie.
Ook hier had het weinig nut om door te vragen, gezien de reeds gegeven antwoorden.

De Raekt Groep B.V.
Postbus 2662
6062 ZH Maarheeze

contactpersoon: Dhr. Jansen
tel: 04959- 1010

1. Afvaltransportbedrijf
2. 600 medewerkers
3. Wel ooit eerder van bedrijfsfitness gehoord, maar is niet bekend met een externe vorm van bedrijfsfitness.
Hij denkt niet dat het nodig is dat er meer inspanningen geleverd moeten worden om de conditie van de werknemers te verbeteren. Datgene waar ze wel aandacht aan besteden is het op een ergonomisch verantwoorde manier verrichten van werkzaamheden. Daarnaast willen ze er op toezien dat mensen zich niet overbelasten. Op de opmerking van onze kant dat bedrijfsfitness ook voor deze zaken zou kunnen zorgen, antwoordt hij dat hiervoor reeds een programma van de bedrijfsgezondheidsdienst gebruikt wordt.

EPZ
Postbus 771
5600 AS Eindhoven

contactpersoon: Secretaresse Personeelszaken
tel: 040- 503200

Niet de juiste persoon bereikt

K.L.S. Moerdijk B.V.
Graanweg 2
4782 PP Moerdijk

De directiesecretaresse
tel: 01680-25866

1. Electrotechnisch bedrijf.
2. Rond de 60 werknemers.
3. Ze kon ons meteen al vertellen dat het in het bedrijf onmogelijk was om aan bedrijfsfitness te beginnen. Na enig aandringen vertelde ze dat de reden was dat er weinig animo was bij de werknemers en bij de directie.

Oromondo B.V.
Appelweg 11
4782 PX Moerdijk

tel: 015-560927

Na enig speuren bleek er alleen een telefoonnummer te zijn in Delft wat later weer bleek afgesloten te zijn.

United Ropes/Verto Staalkabel B.V.,
Appelweg 16 tel: 01683-2778
4782 PX Moerdijk

Dit bedrijf is herhaaldelijk gebeld zonder dat er werd opgenomen.

J.B. de Vos & Zn. B.V. ,
Graanweg 18 tel: 01680-29990
4782 PP Moerdijk

Niet de juiste persoon bereikt

Griendtsveen Moerdijk B.V. manager transport
Appelweg 3 tel: 01683-2275
4782 PX Moerdijk

Hij vertelde ons dat de persoon die hier direct over ging op vakantie was. Hij vertelde ons ook dat het bedrijf in de Moerdijk 3 personeelsleden telt en de rest (ongeveer 57 personen) in Erica werkt (onder Emmen).

Moerdijk Freight station,
Oostelijke Randweg 42 tel: 01680-34400
4782 PZ Moerdijk

Niet de juiste persoon bereikt

Premonta, secretaresse personeelszaken
Appelweg 6 tel: 01683-2250
4782 PX Moerdijk

Ze had het voorgelegd bij de persoon die beslissingsbevoegdheid heeft op dat gebied en deelde ons mee dat er geen belangstelling was.

Fasol contactpersoon: Dhr. Faasen (monteur)
Kwartelweg 3 tel: 078-511711
4791 RP Klundert

De directeur (heet ook Faasen) was op vakantie en de eerste drie weken niet bereikbaar. Het bedrijf bestaat uit 6 a 7 personen.

**Van der Vlist Holding B.V.,
Postbus 46
2964 ZG Groot-Ammers**

**contactpersoon: iemand van personeelszaken.
tel: 01843-6600**

1. Transportbedrijf.
2. Het bedrijf omvat 250 werknemers.
3. Ja.
4. Niet binnen het bedrijf.
5. Ja, maar het heeft niet veel zin voor dit bedrijf, volgens hem, want de werknemers zijn bijna allemaal chauffeurs die internationaal rijden en maar 1 keer per maand op het bedrijf zijn. Het zou wel positief zijn voor het kantoorpersoneel maar dat zijn er maar zo weinig.

**Fabricom B.V.
Postbus 29
2920 AA Krimpen aan de IJssel.**

tel: 01807-13144

Niet bereikt

6 CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

Over het algemeen functioneerden de secretaresses als gate-keeper en als we haar niet konden overtuigen was het heel moeilijk de juiste persoon te spreken te krijgen. Dit wordt niet verholpen door eerst de mensen schriftelijk te benaderen omdat post ook vaak door andere mensen gefilterd wordt.

Toch konden wij tussen de regels door merken dat als er een hele goede promotie opgezet zou worden bedrijven mogelijk enthousiaster zouden reageren. Vaak is een negatieve reactie gebaseerd op een slechte voorstelling van zaken. Die slechte voorstelling van zaken kon door ons in de interviews niet weggenomen worden. Vaak heeft men er wel eens over gedacht maar waren de hoge investeringen de reden om het niet te doen. Dat betekent dat men niet negatief ten opzichte van bedrijfsfitness op zich staat en dat de vorm van bedrijfsfitness zoals Dhr. de Jong die beoogt een kans zou kunnen maken. Daarbij moeten we wel aantekenen dat we in onze interviews vaak niet de kans hebben gekregen om het onderwerp afstand aan te kaarten, hiermee bedoelen we de afstand van het bedrijf naar het fit-centrum. Ook is niet duidelijk in welke mate er positief gereageerd gaat worden wanneer bedrijven beter voorgelicht zijn.

Wat betreft de categorie bedrijven wat het meest geïnteresseerd zou zijn in bedrijfsfitness valt door de geringe onderzoeksomvang weinig over te zeggen. Het is wel zo dat veel mensen denken dat hun bedrijf, door het soort bedrijf, (ten onrechte) niet geschikt is voor bedrijfsfitness. Er is een kleine aanwijzing, gezien de antwoorden dat de activiteiten toch met name gericht zullen moeten worden op de wat grotere bedrijven. Zeker de bedrijven die wij benaderd hebben waren over het algemeen erg klein. (onder de 100 werknemers).

Dat wij geen andere bedrijven benaderd hebben komt omdat wij ons gehouden hebben aan de lijst die Dhr. de Jong ons gegeven heeft.

7 LITERATUURLIJST

- [1] Botter, Prof. ir. C.H., Industrie en organisatie, Kluwer/Nive, Deventer, 1967
- [2] Breedijk, G.N., Bedrijfsfitness, het overwegen waard, afstudeerverslag, Culemburg, 1987.
- [3] Cornelisse, L., Een half uurtje brommen in de baas zijn tijd, Trouw pg 43-45, 1986.
- [4] Emans, B., Interviewen; Theorie, techniek en training, Wolters Noordhoff, Groningen, 1985.
- [5] Kotler, P., Marketing management, analysis, planning, implementation and control, Prentice Hall International Editions, Northwestern University, 1967.
- [6] Kuypers, G., ABC van een onderzoeksopzet, Contintio, 1984.
- [7] Talens, E., Een gezonde geest in een gezond bedrijf, afstudeerverslag, Rotterdam, 1989.
- [8] Verschuren, P.J.M., De probleemstelling van een onderzoek, Het Spectrum, Utrecht 1986.
- [9] Van der Zwaan, Prof. Dr. A.H., Organisatie-onderzoek, Van Gorcum, Assen/Maastricht, 1990