



**Telematica**  
*Instituut*

---

# Kwantitatief acceptatieonderzoek B-dossier

*Kwantitatieve onderzoeksopzet voor acceptatie  
van het B-dossier*

---





## Colofon

Datum : 1-4-2006  
Versie : 1.0  
Verandering : Editing draft Alexander van Deursen  
Project referentie: B-dossier/D3c  
TI referentie : TI/RS/2006/037  
Bedrijfsreferentie :  
URL : <https://doc.telin.nl/dscgi/ds.py/Get/File-64786/>  
Toegangsrechten : Project  
Status : In ontwikkeling  
Redacteur : Alexander van Deursen  
Bedrijf : Universiteit Twente  
Auteur(s) : Alexander van Deursen, Thea van der Geest

### Synopsis:

*In dit rapport komt het kwantitatieve onderzoeksinstrument, gebaseerd op het onderzoeksmodel in het rapport "Acceptatie Raamwerk B-dossier", uitgebreid aan bod hetgeen leidt tot een kant en klaar meetinstrument dat grootschalig onder de doelgroep uitgezet kan worden. Ook de procedures en werkwijzen voor het uitvoeren van het kwantitatieve onderzoek worden besproken.*



# Inhoudsopgave

<b>1 Inleiding</b>	<b>6</b>
<b>2 Operationalisatie van de factoren uit het raamwerk</b>	<b>7</b>
2.1 Operationalisatie van de TAM constructen	7
2.2 Operationalisatie van de constructen uit andere theorieën	8
2.3 Operationalisatie van de TRUST constructen	9
2.4 Open en gesloten vragen	12
2.5 Inleiding voor de vragenlijst	13
<b>3 Pretest</b>	<b>14</b>
3.1 Inleiding	14
3.2 Helderheid en duidelijkheid van de vragenlijst	14
3.3 Betrouwbaarheid van de stellingen	14
<b>4 Randvoorwaarden, procedures en tijdsplanning</b>	<b>16</b>
4.1 Randvoorwaarden	16
4.2 Analysemethode	16
4.3 Tijdsplanning	17
<b>Bijlage I Kwantitatieve vragenlijst</b>	<b>18</b>

# 1 Inleiding

Om de gebruiksintentie van horecaondernemers met betrekking tot het B-dossier te gaan meten, worden in dit rapport de factoren uit het acceptatieraamwerk (zie rapport “Acceptatie van het B-dossier”) geoperationaliseerd. In de operationalisatie wordt de koppeling gemaakt van het theoretische raamwerk naar de onderzoekspraktijk. Voor de factoren in het raamwerk worden meetbare stellingen gedefinieerd. Met de uitvoering van een meting kan onderzocht worden welke variabelen invloed uitoefenen op de acceptatie van het B-dossier door horecaondernemers. In dit rapport zullen de stellingen opgesteld worden die samen leiden tot de uiteindelijke vragenlijst. Naast de creatie van het meetinstrument komen in dit rapport ook de pretest (toetsing van het ontwikkelde instrument) van de vragenlijst, de randvoorwaarden (steekproef), procedures (werkwijze en analysemethode) en tijdsplanning aan bod.

Het kwantitatieve meetinstrument dat in dit rapport wordt voorgesteld zal bestaan uit een vragenlijst met voornamelijk series van stellingen die de factoren uit het acceptatieraamwerk representeren. Bij de series stellingen is het de bedoeling dat een horecaondernemer zijn of haar instemming geeft, variërend van ‘helemaal mee oneens’ tot ‘helemaal mee eens’. Bij het formuleren van de stellingen wordt zoveel mogelijk gebruik gemaakt van bestaande schalen die zijn gevalideerd in eerder onderzoek. Daar het B-dossier een nieuwe technologie is die nog niet als zodanig in acceptatieonderzoek is terug te vinden, zullen de originele stellingen in veel gevallen wel aangepast worden. De meeste stellingen uit eerder onderzoek zijn toegespitst op andere systemen, bijvoorbeeld op elektronisch winkelen. Daar waar stellingen niet overgenomen kunnen worden zullen zelf stellingen worden opgesteld. Tevens zijn alle stellingen naar het Nederlands vertaald. De stellingen zijn in de uiteindelijke vragenlijst (zie bijlage 1) in willekeurige volgorde opgenomen ter voorkoming van een vloereffect. Dit effect zorgt voor monotone antwoorden op stellingen horende bij één construct.

Het is de bedoeling een relatief grote hoeveelheid horecaondernemers te ondervragen zodat statistische gegevens kunnen worden verzameld en verwerkt. Met de analyse van de verzamelde gegevens kan de invloed van een aantal variabelen worden onderzocht op het acceptatieproces.

## 2 Operationalisatie van de factoren uit het raamwerk

### 2.1 Operationalisatie van de TAM constructen

De in het raamwerk opgenomen constructen uit het TAM zijn gebruiksintentie, het verwachte nut en het verwachte gebruiksgemak. Met gebruiksintentie wordt bedoeld de intentie die horecaondernemers hebben om het B-dossier te gaan gebruiken. De stellingen voor het meten van intentie zijn gebaseerd op drie verschillende onderzoeken. Samen lijken deze stellingen elkaar goed aan te vullen. De stellingen zijn vertaald en aangepast naar de context van het B-dossier. Zie tabel 2.1.

Tabel 2.1  
Stellingen voor het meten van gebruiksintentie

Originele meting ( <i>bron</i> )	B-dossier formulering
I am very likely to buy books from Amazon (Gefen et al., 2003; Gefen & Straub, 2004)	Ik ga waarschijnlijk mijn (ondernemers-) zaken regelen via de persoonlijke internetpagina.
I would not hesitate to provide information to the VA TAX website (Carter & Belang�r, 2005).	Ik aarzel om via de persoonlijke internetpagina informatie aan te leveren.
Assuming that I had access to the system, I intend to use it	Als ik toegang tot de persoonlijke internetpagina krijg, dan ga ik het gebruiken.

Het verwachte nut is de mate waarin een horecaondernemer verwacht dat het B-dossier als beter wordt gezien dan de wijze waarop zij hun zaken nu regelen. Voor het meten van verwachte nut zijn de stellingen in het meetinstrument gebaseerd op het onderzoek van Gefen et al. (2003), Gefen & Straub (2004) en Carter en Belang r (2005). De meest relevante stellingen uit de onderzoeken zijn opgenomen, aangepast en vertaald naar het Nederlands. Zie tabel 2.2.

Tabel 2.2  
Stellingen voor het meten van verwachte nut

Originele meting ( <i>bron</i> )	B-dossier formulering
Amazon.com enhances my effectiveness in book searching and buying. (Gefen et al., 2003; Gefen & Straub, 2004)	Met de persoonlijke internetpagina denk ik mijn (ondernemers-)zaken doeltreffender te kunnen regelen.
Amazon.com makes it easier to search for and purchase books. (Gefen et al., 2003; Gefen & Straub, 2004)	Met de persoonlijke internetpagina denk ik vergunningen en belastingzaken makkelijker te kunnen regelen.
The VA TAX web site would enable me to complete transactions with VA TAX more quickly. (Carter & Belang�r, 2005)	Met de persoonlijke internetpagina kan ik vergunningen en belastingzaken sneller regelen.
I think the VA TAX web site would provide a valuable service for me. (Carter & Belang�r, 2005)	Ik denk dat de persoonlijke internetpagina mij veel op zal leveren.
The content of the VA TAX web site would be useless to me. (Carter & Belang�r, 2005)	De diensten in de persoonlijke internetpagina zullen voor mij nutteloos zijn.

Het verwachte gebruiksgemak is de mate waarin een horecaondernemer verwacht dat het werken met het B-dossier eenvoudig zal zijn. De stellingen voor het meten van verwachte gebruiksgemak zijn gebaseerd op stellingen die Gefen et al. (2003), Gefen & Straub (2004)

en Carter & Belang r (2005) gebruikten. Ook hier zijn de best toepasbare stellingen overgenomen en vertaald naar het Nederlands. Zie tabel 2.3.

Tabel 2.3  
Stellingen voor het meten van verwacht gebruiksgemak

Originele meting ( <i>bron</i> )	B-dossier formulering
Amazon.com is easy to use. (Gefen et al., 2003; Gefen & Straub, 2004)	De persoonlijke internetpagina zal makkelijk in het gebruik zijn.
Learning to operate Amazon.com is easy. (Gefen et al., 2003; Gefen & Straub, 2004)	Ik denk dat het voor mij moeilijk is om te leren hoe ik met de persoonlijke internetpagina moet werken.
Learning to interact with the VA TAX web site would be easy for me. (Carter & Belang�r, 2005)	Ik denk dat ik het gebruik van de persoonlijke internetpagina makkelijk onder de knie krijg.
I would find a VA TAX web site difficult to use. (Carter & Belang�r, 2005)	Ik denk dat ik de persoonlijke internetpagina moeilijk te gebruiken zal vinden.

## 2.2 Operationalisatie van de constructen uit andere theorie n

Uit de overige theorie n en literatuur zijn de factoren compatibiliteit, zelfeffectiviteit en zelfregie toegevoegd. Met compatibiliteit wordt bedoeld de mate waarin het B-dossier consistent is met bestaande waarden, ervaringen uit het verleden en de behoeften van horecaondernemers die het B-dossier gaan gebruiken. Stellingen uit recent onderzoek zijn vaak gebaseerd op het instrument van Moore en Benbasat (1991). Carter en Belang r (2005) en Chen et al. (2004) pasten deze aan naar de door hun onderzochte technologie en context die redelijk overeen komt met het gebruik van het B-dossier. Zodoende zijn deze stellingen hier als uitgangspunt genomen. Zie tabel 2.4.

Tabel 2.4  
Stellingen voor het meten van compatibiliteit

Originele meting ( <i>bron</i> )	Nieuwe meting
I think using the web would fit well with the way that I like to interact with the VA TAX (Carter & Belang�r, 2005).	De persoonlijke internetpagina zal goed passen bij de manier waarop ik mijn (ondernemers-)zaken graag afhandel.
Using the web to interact with the VA TAX would be incompatible with how I like to do things (Carter & Belang�r, 2004).	De persoonlijke internetpagina past goed bij de manier waarop ik graag contact heb met organisaties.
Using the virtual store fits my lifestyle. (Chen et al., 2004)	Gebruik maken van de persoonlijke internetpagina past goed bij de manier waarop ik leef.
Using the virtual store fits well with the way I like to shop or seek product information. (Chen et al., 2004)	De persoonlijke internetpagina zal niet goed passen bij de manier waarop ik graag de (ondernemers-)zaken regel met organisaties.

Zelfwerkzaamheid is het geloof in iemands eigen vermogen om een bepaalde actie te organiseren en uit te voeren. De nadruk die Bandura (1997) legt op het feit dat het bij zelfwerkzaamheid om "believes in one's capabilities" (overtuigingen of opvattingen over iemands mogelijkheden of bekwaamheid) gaat, is in dit onderzoek toegepast. Twee stellingen zijn gebaseerd op het instrument van Vijayasathy (2004) en twee stellingen zijn zelf opgesteld. Zie tabel 2.5.



Tabel 2.5  
Stellingen voor het meten van zelfeffectiviteit

Originele meting ( <i>bron</i> )	Nieuwe meting
I am (expect to become) proficient in using the Internet for shopping. ( <i>Vijayasathy, 2004</i> )	Ik heb zelf de handigheid om (ondernemers-) zaken te gaan regelen via de persoonlijke internetpagina.
I feel (would feel) confident that I can use the Internet for shopping. ( <i>Vijayasathy, 2004</i> )	Ik heb er vertrouwen in dat ik zelf vergunningen en belastingzaken kan gaan regelen via de persoonlijke internetpagina. Ik verwacht dat ik de persoonlijke internetpagina kan gaan gebruiken zonder hulp van anderen. Ik denk dat ik genoeg kennis en vaardigheden heb om met de persoonlijke internetpagina te gaan werken.

Stellingen voor het meten van zelfregie zijn zelf opgesteld, het betreft immers een niet eerder empirisch onderzocht construct. Met zelfregie wordt de mate bedoeld waarin een horecaondernemer zelf kan bepalen welke organisatie welke informatie beschikbaar krijgen. Er zijn vier stellingen in het onderzoeksinstrument opgenomen. Zie tabel 2.6.

Tabel 2.6.  
Stellingen voor het meten van zelfregie

Originele meting ( <i>bron</i> )
Ik wil zelf bepalen welke organisaties de persoonlijke informatie in handen krijgen.
Ik wil niet dat de organisaties achter de persoonlijke internetpagina bepalen wie mijn persoonlijke informatie in handen krijgt.
Ik wil niet dat de organisaties achter de persoonlijke internetpagina zonder mijn medeweten onderling informatie over mij uitwisselen.
Alle organisaties achter de persoonlijke internetpagina mogen wat mij betreft mijn persoonlijke informatie raadplegen.

### 2.3 Operationalisatie van de TRUST constructen

Gefen en Staub (2004) gebruikten vier constructen waarmee zij vertrouwen in organisaties meetten. De stellingen voor het meten van deze constructen passen goed bij hun onderzoek naar B2C e-commerce. Zij deden een onderzoek naar amazon.com en travelocity.com waarbij de gebruikte stellingen gebaseerd werden op marketing-onderzoek naar dienstverlening en koper-verkoperrelaties. Zij selecteerden enkele stellingen en pasten deze aan naar e-commerce activiteiten. Het B-dossier is echter geen winkel waar e-commerce wordt bedreven. De stellingen zijn weer aangepast naar de context van het B-dossier.

Stellingen met betrekking tot integriteit gaan over het feit dat organisaties zich houden aan een verzameling stelregels die voor de consument acceptabel zijn. De stellingen zijn overgenomen uit Gefen & Straub (2004), aangepast voor het B-dossier en vertaald naar het Nederlands. Zie tabel 2.7.

Tabel 2.7

Stellingen voor het meten van integriteit

Originele meting ( <i>bron</i> )	Nieuwe meting
Promises made by Amazon.com are likely to be reliable (Gefen & Straub, 2004)	Ik vertrouw erop dat de organisaties achter de persoonlijke internetpagina hun toezeggingen na zullen komen.
I do not doubt the honesty of Amazon.com (Gefen & Straub, 2004)	Ik twijfel aan de eerlijkheid van de organisaties achter de persoonlijke internetpagina.
I expect that Amazon.com will keep promises they make (Gefen & Straub, 2004)	Ik verwacht dat de organisaties de persoonlijke internetpagina zich zullen houden aan afspraken die ik met ze maak.
I expect that the advice given by Amazon.com is their best judgment (Gefen & Straub, 2004)	Ik verwacht dat de organisaties achter de persoonlijke internetpagina mij zo goed mogelijk zullen adviseren.

Voorspelbaarheid is de mate waarin de te vertrouwen organisatie zich betrouwbaar gedraagt, de goederen en diensten op tijd levert en zich aan de regels houdt. Gefen & Straub (2004) namen twee stellingen mee met betrekking tot voorspelbaarheid. Deze stellingen zijn overgenomen en tevens is er een stelling zelf verzonnen. Zie tabel 2.8.

Tabel 2.8

Stellingen voor het meten van voorspelbaarheid

Originele meting ( <i>bron</i> )	Nieuwe meting
I am quite certain about what Amazon.com will do (Gefen & Straub, 2004)	Ik weet behoorlijk goed wat de organisaties achter de persoonlijke internetpagina zullen gaan doen met mijn informatie.
I am quite certain what to expect from Amazon.com (Gefen & Straub, 2004)	Ik weet behoorlijk goed wat ik kan verwachten van de organisaties achter de persoonlijke internetpagina. Ik verwacht dat de organisaties achter de persoonlijke internetpagina volgens de regels zullen werken. Ik heb geen idee hoe de organisaties achter de persoonlijke internetpagina mijn vergunningen en belastingzaken zullen afhandelen.

Bekwaamheid is de mate waarin een horecaondernemer beoordeelt of de organisaties achter het B-dossier weten wat ze doen. Stellingen voor het meten van bekwaamheid gaan over de kennis, competentie en verschaffen van goede service van de organisaties en zijn gebaseerd op stellingen van Gefen & Straub (2004). Zie tabel 2.9.

Tabel 2.9

Stellingen voor het meten van bekwaamheid

Originele meting ( <i>bron</i> )	Nieuwe meting
Amazon.com is competent (Gefen & Straub, 2004)	De organisaties achter de persoonlijke internetpagina zijn niet deskundig.
Amazon.com understands the market it works in (Gefen & Straub, 2004)	De organisaties achter de persoonlijke internetpagina hebben een goed inzicht in (ondernemers-)zaken.
Amazon.com knows about books (Gefen & Straub, 2004)	De organisaties achter de persoonlijke internetpagina zijn goed op de hoogte van (ondernemers-)zaken.
Amazon.com knows how to provide excellent service (Gefen & Straub, 2004)	De organisaties achter de persoonlijke internetpagina hebben geen idee hoe ze mij goed van dienst kunnen zijn.

Welwillendheid is de mate waarin een horecaondernemer gelooft dat de achterliggende organisaties zijn belang in het oog houden. De stellingen voor welwillendheid gaan over de welwillendheid en de bereidbaarheid van de organisaties te helpen en te ondersteunen. Ook hier zijn de stellingen gebaseerd op Gefen & Straub (2004). Zie tabel 2.10.

Tabel 2.10  
Stellingen voor het meten van welwillendheid

Originele meting ( <i>bron</i> )	Nieuwe meting
I expect I can count on Amazon.com to consider how its actions affect me (Gefen & Straub, 2004)	Ik verwacht dat de organisaties achter de persoonlijke internetpagina rekening houden met de consequenties van hun acties voor mij.
I expect that Amazon.com intentions are benevolent (Gefen & Straub, 2004)	Ik verwacht dat de organisaties achter de persoonlijke internetpagina het beste met mij voor hebben.
I expect that Amazon.com puts customers' interests before their own (Gefen & Straub, 2004)	Ik verwacht dat de organisaties achter de persoonlijke internetpagina mijn belang boven hun eigenbelang stellen.
I expect that Amazon.com is well meaning (Gefen & Straub, 2004)	Ik verwacht dat de organisaties achter de persoonlijke internetpagina het goed bedoelen.

Vertrouwen in de technologie is de mate van vertrouwen die horecaondernemers moeten hebben in het internet en het B-dossier als systeem, om interacties te doen met achterliggende (overheids)organisaties. Stellingen voor het meten van dit construct zijn gebaseerd op stellingen van Carter en Belang r (2005). Zie tabel 2.11.

Tabel 2.11  
Stellingen voor het meten van vertrouwen in internet technologie

Originele meting ( <i>bron</i> )	Nieuwe meting
The internet has enough safeguards to make me feel comfortable using it to interact with the VA TAX online (Carter & Belang�r, 2005).	Het internet is niet veilig genoeg om met een gerust hart met de persoonlijke internetpagina te werken.
I feel assured that legal and technological structures adequately protect me from problems on the internet (Carter & Belang�r, 2005).	Ik ben er gerust op dat ik wettelijk beschermd ben tegen problemen met de persoonlijke internetpagina.
In general, the internet is now a robust and safe environment in which to transact with the VA TAX (Carter & Belang�r, 2005).	Over het algemeen is het internet veilig genoeg om via de persoonlijke internetpagina met overheids-organisaties te communiceren.

Het individuele vertrouwen is de mate waarin een horecaondernemer in het algemeen geneigd is iets of iemand te vertrouwen. Ook hier zijnde stellingen overgenomen uit Gefen & Straub (2004) die het construct *trusting disposition* meenamen. In tabel 2.12 staan de uiteindelijke stellingen.

Tabel 2.12  
Stellingen voor het meten van persoonlijk vertrouwen

Originele meting ( <i>bron</i> )	Nieuwe meting
I generally trust other people (Gefen & Straub, 2004)	Over het algemeen vertrouw ik andere mensen.
I tend to count upon other people (Gefen & Straub, 2004)	Ik ben geneigd om op andere mensen te rekenen.
I generally have faith in humanity (Gefen & Straub, 2004)	Over het algemeen heb ik weinig vertrouwen in de mensheid.
I feel that people are generally well meaning (Gefen & Straub, 2004)	Ik vind dat mensen het over het algemeen goed bedoelen.
I feel that people are generally reliable (Gefen & Straub, 2004)	Ik vind dat mensen over het algemeen betrouwbaar zijn.

## 2.4 Open en gesloten vragen

Naast de series stellingen worden er aan het instrument ook enkele open en gesloten vragen toegevoegd. Ten eerste wordt naar de gebruikelijke demografische kenmerken als leeftijd, geslacht en opleiding gevraagd. Zie tabel 2.13.

Tabel 2.13  
Demografische kenmerken

Persoonlijke vragen	Antwoorden
Wat is uw leeftijd?	<leeftijd> jaar.
Wat is uw geslacht?	Man / Vrouw
Wat is uw hoogst genoten opleiding?	Lagere school / Middelbare school / LBO / MBO / HBO / Universiteit
Wat is uw geboorteland?	
Wat is uw nationaliteit?	
Hoeveel mensen heeft u in dienst?	__ mensen.
Regelt u uw (ondernemers-)zaken allemaal zelf?	Ja / Nee
Zo nee, welke soort zaken laat u door anderen doen (bijvoorbeeld boekhouding, inkoop)?	

Ook worden er vragen over het internetgebruik van de horecaondernemer gesteld. Het internetgebruik kan bepalend zijn voor de mate waarin de opgenomen variabelen in het model invloed uitoefenen. Het zou bijvoorbeeld kunnen zijn dat mensen die het internet langer en intensiever gebruiken meer vertrouwen in de technologie hebben. Deze vragen zijn aan het eind van de lijst opgenomen en in tabel 2.14 samengevat.

Tabel 2.14  
Vragen naar individueel internetgebruik

Persoonlijke vragen	Antwoorden
Gebruikt u wel eens het internet?	Ja / Nee
Zo ja, hoe vaak gebruikt u het internet?	Bijna elke dag / 1 – 2 keer per week / 1-2 keer per maand / Minder dan 1 keer per maand.
Hoe lang maakt u al gebruik van het internet?	Minder dan 1 jaar / 1 tot 2 jaar / 2 tot 3 jaar / 3 tot 4 jaar / 4 tot 5 jaar / 5 jaar of langer
Heeft u wel eens iets gekocht via het internet?	Ja / Nee
Regelt u uw bankzaken via het internet?	Ja / Nee

Tevens zijn er vragen opgenomen met als doel beter inzicht te krijgen in welke organisaties bijvoorbeeld lage scores op de verschillende vertrouwensdimensies veroorzaken. Deze vragen, waarbij de organisaties bij naam worden genoemd worden vóór de stellingen gesteld zodat de ondernemers ook een duidelijker beeld krijgt welke organisaties hier een rol spelen. De vragen zijn opgenomen in tabel 2.15.

Tabel 2.15  
Open vragen

Open vraag	Antwoorden	
Onderstaande organisaties zijn bij het B-dossier betrokken. Geef met een rapportcijfer van 1 tot 10 aan hoeveel vertrouwen u heeft in elke organisatie (waarbij 10 de hoogste mate van vertrouwen is).	<b>Organisatie</b>	<b>Cijfer voor vertrouwen</b>
	Belastingdienst	0-10
	Uw verzekeringsmaatschappij	0-10
	Uw bank	0-10
	Uw gemeente	0-10
Heeft u wel eens op internet zaken gedaan met de organisaties die bij het B-dossier betrokken zijn? Zo ja, was u tevreden over de gang van zaken bij het zaken doen met deze organisaties via internet?	Kamer van koophandel	0-10
	Belastingdienst	
	Uw verzekeringsmaatschappij	
	Uw bank	
Regelt u uw (ondernemers-)zaken allemaal zelf? Zo nee, welke soort zaken laat u door anderen doen (bijvoorbeeld boekhouding, inkoop)?	Uw gemeente	
	Kamer van koophandel	
	Ja / Nee	

Ten slotte wordt gevraagd of deelnemers hun naam, adres en e-mail willen invullen indien zij kans willen maken op een bioscoopbon.

## 2.5 Inleiding voor de vragenlijst

Omdat het B-dossier een systeem is dat de ondernemers die de vragenlijst gaan invullen nog niet kennen, dient er vooraf aan de vragenlijst een introductie te worden gegeven. In deze introductie moet het B-dossier op een neutrale manier worden beschreven. In bijlage 1 staat de uiteindelijke vragenlijst (gecorrigeerd na de pretest beschreven in het volgende hoofdstuk).

## 3 Pretest

### 3.1 Inleiding

Om de opgestelde vragenlijst (het meetinstrument) te toetsen wordt er voordat de vragenlijst wordt uitgezet eerst een pretest afgenomen. Met deze pretest kunnen enerzijds gebreken in het enquêteontwerp en in de vraagstellingen aan het licht komen door de vragenlijst te toetsen op helderheid en duidelijkheid. Anderzijds is gecontroleerd in hoeverre de geformuleerde stellingen voldoende bijdragen aan het construct dat ze geacht worden te meten door de interne betrouwbaarheid van de constructen te bepalen. Beide toetsen worden nu toegelicht waarbij mogelijke veranderingen zijn beschreven en verwerkt in het meetinstrument.

### 3.2 Helderheid en duidelijkheid van de vragenlijst

De eerste pretest diende vooral ter controle van de duidelijkheid en helderheid van de opgestelde stellingen en van het inleidende stuk. In eerste instantie is de vragenlijst voorgelegd aan twee medewerkers van Universiteit Twente die er kritisch naar hebben gekeken. Deze pretest bracht enkele gebreken aan het ontwerp van de vragenlijst en aan de vraagstellingen aan het licht. Naar aanleiding hiervan is de volgorde van de vragen aangepast en het inleidende stuk tekst veranderd. Tevens zijn de stellingen in twee series verdeeld die beide een korte inleiding kennen. Het bleek vooral nodig om bij de stellingen met betrekking tot 'de organisaties' te benadrukken dat het om een algemeen oordeel gaat. Tevens zijn enkele stellingen aangepast en zijn er enkele stellingen in negatieve vorm gesteld.

### 3.3 Betrouwbaarheid van de stellingen

Een tweede pretest is uitgevoerd om te controleren in hoeverre de opgestelde stellingen bijdragen aan het construct dat ze geacht worden te meten. Dit is getoetst door de intercorrelatie (Cronbach's alpha) te berekenen. Hiertoe diende een groep respondenten hun mening te geven bij de stellingen in het instrument. In eerste instantie zijn er naar 250 horecaondernemers vragenlijsten opgestuurd. Hiervan kwamen slechts 17 vragenlijsten retour. Omdat dit aantal te klein is voor het uitvoeren van een pretest zijn er nog 71 vragenlijsten naar ondernemers opgestuurd die telefonisch door gaven bereid te zijn een vragenlijst in te vullen. Van deze 71 zijn er uiteindelijk maar 10 terug gekomen.

27 Geretourneerde vragenlijsten is een te laag aantal om een bevestigende factoranalyse uit te voeren, maar wel kan de intercorrelatie van de constructen worden berekend. Daar waar de interne betrouwbaarheid te laag is bevonden (er gold een minimale alpha van .7 in de pretest) dienen stellingen aangepast of verwijderd te worden. In tabel 3.1 staan de Cronbach alpha's van de twaalf constructen uit het acceptatieraamwerk.

Tabel 3.1  
Cronbach  $\alpha$ 's van de constructen uit het acceptatieraamwerk

Persoonlijke vragen	Cronbach's $\alpha$
Gebruiksintentie	.81
Verwachte nut	.88
Verwachte gebruiksgemak	.68
Compatibiliteit	.93
Zelfeffectiviteit	.81
Persoonlijk vertrouwen	.67
Vertrouwen in het internet	.71
Zelfregie	.60
Voorspelbaarheid	.51
Welwillendheid	.85
Bekwaamheid	.84
Integriteit	.80

De meeste constructen voldoen ruimschoots aan de eis van .70, met uitzondering van verwachte gebruiksgemak, persoonlijk vertrouwen en voorspelbaarheid. Bij vier constructen zijn de stellingen aangepast:

#### **Verwachte nut**

Voor het meten van verwachte nut zijn in de vragenlijst vijf stellingen opgenomen. Aangezien de interne betrouwbaarheid hoog is kan deze terug gebracht worden tot vier stellingen. De stelling 'Ik denk dat de persoonlijke internetpagina mij veel op zal leveren' is verwijderd uit de vragenlijst.

#### **Verwachte gebruiksgemak**

Een interne betrouwbaarheid van .68 is aan de lage kant. Door de stelling 'De persoonlijke internetpagina zal makkelijk in het gebruik zijn' te verwijderen wordt deze verhoogd tot .73. In plaats van deze stelling is de stelling 'Ik verwacht dat ik geen problemen heb met het gebruiken van de persoonlijke internetpagina' toegevoegd.

#### **Persoonlijk vertrouwen**

De interne betrouwbaarheid van het construct persoonlijk vertrouwen kan van .67 naar .81 worden verhoogd door de stelling 'Ik ben geneigd om op andere mensen te rekenen' te verwijderen. Aangezien er vijf stellingen waren opgenomen hoeft er geen nieuwe stelling te worden toegevoegd.

#### **Voorspelbaarheid**

Een alpha van .51 is erg laag en zodoende zijn alle vier de opgenomen stellingen kritisch heroverwogen. Uit deze heroverweging zijn de stellingen 'Ik heb geen idee hoe de organisaties achter de persoonlijke internetpagina mijn vergunningen en belastingzaken zullen afhandelen' en 'Ik weet behoorlijk goed wat ik kan verwachten van de organisaties achter de persoonlijke internetpagina' vervangen door 'Ik verwacht niet dat organisaties achter de persoonlijke internetpagina doen wat ze beloven' en 'Het is moeilijk in te schatten wat een organisatie achter de persoonlijke internetpagina met mijn gegevens zal gaan doen'.

De uiteindelijke vragenlijst is terug te vinden in bijlage 1.

## 4 Randvoorwaarden, procedures en tijdsplanning

### 4.1 Randvoorwaarden

De belangrijkste randvoorwaarde is de grootte van de te nemen steekproef. Het aantal respondenten dat nodig is om een goed en representatief beeld te krijgen zodat er uitspraken gedaan kunnen worden over horeca-ondernemers in het algemeen, is met het complexe onderzoeksmodel aanzienlijk. Een van de statistische bewerkingen die op het model uitgevoerd gaan worden is Structural Equation Modeling. Het model kent ongeveer 30 error-varianties en relaties. Een vuistregel is dat er 15-20 respondenten nodig zijn per stuk, wat neerkomt op 450 respondenten. Bij een dergelijk steekproef wordt de kans op een fittend model groter.

In het kwalitatieve onderzoeksrapport waarin de focusgroepen worden behandeld is reeds duidelijk geworden dat horeca-ondernemers een moeilijk bereikbare doelgroep vormen. Tijdens de pretest van de vragenlijst is dit bevestigd. Als het al lastig is om uit een grote groep 27 vragenlijsten terug te krijgen, dan lijkt het haast onhaalbaar om 450 ondernemers zo ver te krijgen de vragenlijst te retourneren. Het oorspronkelijke idee was om voor de eerste meting de gehele populatie horeca-ondernemers in de regio Twente/Salland/Gelderland te benaderen. Van deze ondernemers zijn de adresgegevens via de Kamer van Koophandel achterhaald. Aangezien we geen e-mailadressen hebben is het niet mogelijk ondernemers op deze manier uit te nodigen. Het advies in het kwalitatieve onderzoeksrapport bij de volgende fase van het B-dossier project een andere doelgroep te kiezen is weer van kracht. Het meetinstrument is in ieder geval zo geconstrueerd dat het ook eenvoudig onder een andere doelgroep uitgezet kan worden. Hierover dient goed nagedacht te worden.

### 4.2 Analysemethode

Na het verzamelen van de data kan de dataset geanalyseerd worden met zogenaamde 'descriptive statistics'. Dit zijn cijfers waarmee een compleet beeld van de dataset gegeven wordt. Zaken als het aantal en gemiddelden komen hierbij aan bod. Deze handeling heeft een soort van inleidend karakter in de totale analyse. Eenmaal dit station gepasseerd kan begonnen worden met de analyse van de resultaten. Deze analyse zal in de volgende stappen worden uitgevoerd:

- *Toetsen van de constructen:* Met een factoranalyse worden gecontroleerd of de constructen wel meten wat ze geacht worden te meten. (Tevens worden hier de gemiddelden per construct berekend op basis van de vier scores, voor de AMOS-analyse).
- *Opstellen van een correlatiematrix:* Middels een correlatiematrix kunnen de verbanden tussen alle constructen een op een worden onderzocht. Het is zeer nuttig deze stap te zetten voordat een AMOS analyse plaats vindt. Met deze stap kan het



onderzoeksmodel aangepast worden. Relaties kunnen worden verwijderd of worden toegevoegd.

- *Uitvoeren van Structural Equation Modeling met AMOS:* Met deze analyse wordt het opgestelde onderzoeksmodel getoetst. Uit deze analyse zal blijken welke constructen de meeste invloed uitoefenen en welke relaties er tussen de constructen aanwezig zijn.

### 4.3 Tijdsplanning

De volgende stappen zijn genomen om de kwantitatieve analyse uit te voeren:

1. Pretest: deze verliep zoals opgemerkt erg traag door de lage respons.  
Periode: Juni/Juli 2006
2. Afname vragenlijst: de gecorrigeerde vragenlijsten kunnen in de tweede termijn worden uitgezet. Hierbij is het raadzaam een andere doelgroep in acht te nemen. Bij voldoende respons kan pas een definitieve analyse plaats vinden waarbij duidelijk wordt welke factoren belangrijk zijn voor acceptatie van het B-dossier.  
Periode: Afname vragenlijst: Oktober 2006  
Analyseren resultaten: November 2006
3. De oorspronkelijke vragenlijst wordt nogmaals uitgezet indien blijkt dat er meer factoren van invloed zijn. met gecorrigeerd model op basis van kwalitatieve analyse

Op basis van de resultaten van de vragenlijst kunnen verschillende stappen worden ondernomen. Als bij de eerste meting bijvoorbeeld blijkt dat mensen te weinig vertrouwen hebben in de achterliggende organisaties, dan dient er voor een succesvolle implementatie van het B-dossier veel aandacht te worden besteed aan het creëren van vertrouwen. Mocht gebruiksvriendelijkheid hoog scoren, dan zal bij het ontwerp rekening gehouden moeten worden met een hoge mate van gebruiksvriendelijkheid. Op basis van de resultaten kunnen aanbevelingen opgesteld worden voor de ontwerpgroep.

## Bijlage I Kwantitatieve vragenlijst

Geachte Heer (Mevrouw) <naam>,

U bent via het register van de Kamer van Koophandel geselecteerd als mogelijke deelnemer aan een onderzoek van de Universiteit Twente. Als horecaondernemer heeft u te maken met veel verschillende organisaties, zoals de bank, de verzekeringsmaatschappij, de gemeente, de Belastingdienst en de Kamer van Koophandel. Om uw zaken met die organisaties te regelen moet u veel formulieren invullen, vaak met dezelfde informatie over uzelf of uw zaak. De Universiteit Twente doet onderzoek naar manieren om uw ondernemerszaken makkelijker te regelen. Eén mogelijke manier is via het internet.

We werken nu aan een persoonlijke internetpagina voor elke ondernemer. Via uw eigen persoonlijke internetpagina kunt u al uw zaken afhandelen. Wij willen het zaken doen daarmee voor u een stuk eenvoudiger maken. U hoeft niet meer bij verschillende organisaties dezelfde informatie aan te leveren en u kunt al uw zaken thuis doen op het moment dat het u uitkomt. Met zo'n persoonlijke pagina kunt u dus bijvoorbeeld uw loonaangifte bij de Belastingdienst doen, een drankvergunning aanvragen bij uw gemeente en een inboedelverzekering afsluiten bij uw verzekeraar.

Hoe zou dat in de praktijk in zijn werk gaan? Lees hieronder het voorbeeld van Bart de Boer.

Bart loopt al een tijd rond met het plan om een broodjeszaak te beginnen. Op een dag opent hij zijn persoonlijke internetpagina, waar hij zijn zaken met de overheid en allerlei andere organisaties regelt. Van de website van de Kamer van Koophandel haalt hij een stappenplan voor startende horecaondernemers. Achter dat stappenplan zitten alle formulieren voor alle organisaties waarmee hij als startende ondernemer te maken heeft. Hij klikt één stap in het stappenplan aan: inschrijven bij de Kamer van Koophandel. Het formulier dat verschijnt, is al gedeeltelijk ingevuld met de gegevens die over hem bekend zijn bij de gemeente. Bart vult zijn gegevens aan en schrijft zich in als horecaondernemer. Zijn inschrijving wordt automatisch doorgegeven aan de Belastingdienst en de gemeente, want dat zijn de regels. Op zijn scherm verschijnt nu een vraag: wil Bart zijn ondernemingsgegevens ook meteen doorgeven aan zijn verzekeringsmaatschappij? Bart geeft aan wie de gegevens over zijn toekomstige broodjeszaak mogen zien en wie niet. Een paar dagen later vindt Bart op zijn persoonlijke internetpagina een bevestiging dat hij is ingeschreven. Hij is nu bij alle betrokken organisaties bekend als horecaondernemer.

Wij willen graag weten hoe u, als horecaondernemer, denkt over zo'n persoonlijke pagina. Dan kunnen wij zo veel mogelijk aan uw wensen tegemoet komen. Daarom vragen wij u de bijgevoegde vragenlijst in te vullen. Dat zal ongeveer 15 minuten duren. U kunt de ingevulde vragenlijst gratis terugsturen met de antwoordenvolp.

De resultaten zullen anoniem worden verwerkt en wij zullen met de grootste zorgvuldigheid omgaan met uw antwoorden. Om de invullers te bedanken voor hun bijdrage, verloten we 50 bioscoopbonnen onder de inzenders. Als u vragen heeft of meer informatie over het onderzoek wilt, neem dan gerust contact met ons op. Ons telefoonnummer staat hieronder.

Met vriendelijke groet,

Alexander van Deursen, Thea van der Geest (onderzoekers)

Tel. 053-489 1021

## De vragenlijst

1. Onderstaande organisaties zijn bij het B-dossier betrokken. Geef met een rapportcijfer van 1 tot 10 aan hoeveel vertrouwen u heeft in elke organisatie (waarbij 10 de hoogste mate van vertrouwen is).

Belastingdienst \_\_\_\_\_  
 Uw verzekeringsmaatschappij \_\_\_\_\_  
 Uw bank \_\_\_\_\_  
 Uw gemeente \_\_\_\_\_  
 Kamer van Koophandel \_\_\_\_\_

2. Heeft u wel eens op internet zaken gedaan met de organisaties die bij het B-dossier betrokken zijn?

Belastingdienst  Ja  Nee  
 Uw verzekeringsmaatschappij  Ja  Nee  
 Uw bank  Ja  Nee  
 Uw gemeente  Ja  Nee  
 Kamer van Koophandel  Ja  Nee

Zo ja, was u in het algemeen tevreden over de gang van zaken bij het zaken doen met deze organisaties via internet?

	Zeer on- tevreden	On- tevreden	Enigszins on- tevreden	Niet tevreden / niet ontevreden	Enigszins tevreden	Tevreden	Zeer tevreden
Belastingdienst	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uw verzekeringsmaatschappij	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uw bank	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uw gemeente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kamer van Koophandel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Regelt u uw (ondernemers-)zaken allemaal zelf?

Ja  Nee

Zo nee, welke soort zaken laat u door anderen doen (bijvoorbeeld boekhouding, inkoop)?

#### 4. U en het gebruik van het B-dossier

Op deze en de volgende pagina staan uitspraken over het B-dossier, waarover wij graag uw mening willen weten. Aangezien het B-dossier een *toekomst*technologie is, kunt u alleen uw *verwachting* uitspreken. De antwoordmogelijkheden variëren van ‘Helemaal mee oneens’ tot ‘Helemaal mee eens’. De stellingen hebben betrekking op hoe u over een technologie als het B-dossier denkt, wat uw verwachting is betreffende uw omgang met een dergelijk dossier en of u denkt dat u er wat aan kan hebben. Het is de bedoeling dat u het antwoord selecteert dat het beste uw mening weergeeft.

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Enigszins mee oneens	Niet mee eens / Niet mee oneens	Enigszins mee eens	Mee eens	Helemaal mee eens
Met de persoonlijke internetpagina denk ik vergunningen en belastingzaken makkelijker te kunnen regelen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik denk dat ik de persoonlijke internetpagina moeilijk te gebruiken zal vinden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Over het algemeen heb ik weinig vertrouwen in de mensheid.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De persoonlijke internetpagina past goed bij de manier waarop ik graag contact heb met organisaties.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik verwacht dat ik de persoonlijke internetpagina kan gaan gebruiken zonder hulp van anderen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Met de persoonlijke internetpagina denk ik mijn (ondernemers-)zaken doeltreffender te kunnen regelen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het internet is niet veilig genoeg om met een gerust hart met de persoonlijke internetpagina te werken.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Met de persoonlijke internetpagina kan ik vergunningen en belastingzaken sneller regelen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik ga waarschijnlijk mijn (ondernemers-)zaken regelen via de persoonlijke internetpagina.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik denk dat ik genoeg kennis en vaardigheden heb om met de	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

---

persoonlijke internetpagina te gaan werken.

---

Ik vind dat mensen over het algemeen betrouwbaar zijn.

Ik denk dat ik het gebruik van de persoonlijke internetpagina makkelijk onder de knie krijg.

---

---

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Enigszins mee oneens	Niet mee eens / Niet mee oneens	Enigszins mee eens	Mee eens	Helemaal mee eens
--	---------------------------	---------------	----------------------------	--	-----------------------	----------	----------------------

---

Ik denk dat de persoonlijke internetpagina mij veel op zal leveren.

Gebruik maken van de persoonlijke internetpagina past goed bij de manier waarop ik leef.

De diensten in de persoonlijke internetpagina zullen voor mij nutteloos zijn.

Ik heb er vertrouwen in dat ik zelf vergunningen en belastingzaken kan gaan regelen via de persoonlijke internetpagina.

De persoonlijke internetpagina zal niet goed passen bij de manier waarop ik graag de (ondernemers-)zaken regel met organisaties.

Ik aarzel om via de persoonlijke internetpagina informatie aan te leveren.

Over het algemeen is het internet veilig genoeg om via de persoonlijke internetpagina met overheids-organisaties te communiceren.

De persoonlijke internetpagina zal goed passen bij de manier waarop ik mijn (ondernemers-)zaken graag afhandel.

Ik denk dat het voor mij moeilijk is om te leren hoe ik met de persoonlijke internetpagina moet werken.

---

Als ik toegang tot de persoonlijke internetpagina krijg, dan ga ik het gebruiken.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik vind dat mensen het over het algemeen goed bedoelen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik heb zelf de handigheid om (ondernemers-) zaken te gaan regelen via de persoonlijke internetpagina.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik verwacht dat ik geen problemen heb met het gebruiken van de persoonlijke internetpagina.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik ben er gerust op dat ik wettelijk beschermd ben tegen problemen met de persoonlijke internetpagina.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Over het algemeen vertrouw ik andere mensen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 5. U en de organisaties achter het B-dossier

Weer staan op deze en de volgende pagina uitspraken over het B-dossier. Ditmaal gaan de stellingen over het algemene vertrouwen dat u in de organisaties achter het B-dossier heeft. Zoals gezegd zijn de betrokken organisaties de Belastingdienst, de kamer van Koophandel, uw gemeente, uw verzekeraar en uw bank. Bij onderstaande stellingen wordt steeds gesproken over ‘organisaties achter het B-dossier’. Hier zijn de genoemde organisaties samengenomen waarbij het de bedoeling is dat uw algemene mening geeft. De antwoordmogelijkheden variëren weer van ‘Helemaal mee oneens’ tot ‘Helemaal mee eens’.

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Enigszins mee oneens	Niet mee eens / Niet mee oneens	Enigszins mee eens	Mee eens	Helemaal mee eens
Ik wil zelf bepalen welke organisaties de persoonlijke informatie in handen krijgen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik verwacht dat de organisaties achter de persoonlijke internetpagina volgens de regels zullen werken.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik verwacht dat de organisaties achter de persoonlijke internetpagina rekening houden met de consequenties van hun acties voor mij.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De organisaties achter de persoonlijke internetpagina hebben een goed inzicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

in (ondernemers-)zaken.								
Ik verwacht niet dat organisaties achter de persoonlijke internetpagina doen wat ze beloven.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alle organisaties achter de persoonlijke internetpagina mogen wat mij betreft mijn persoonlijke informatie raadplegen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik vertrouw erop dat de organisaties achter de persoonlijke internetpagina hun toezeggingen na zullen komen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het is moeilijk in te schatten wat een organisatie achter de persoonlijke internetpagina met mijn gegevens zal gaan doen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik verwacht dat de organisaties achter de persoonlijke internetpagina mij zo goed mogelijk zullen adviseren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik verwacht dat de organisaties achter de persoonlijke internetpagina mijn belang boven hun eigenbelang stellen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Enigszins mee oneens	Niet mee eens / Niet mee oneens	Enigszins mee eens	Mee eens	Helemaal mee eens
Ik wil niet dat de organisaties achter de persoonlijke internetpagina zonder mijn medeweten onderling informatie over mij uitwisselen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De organisaties achter de persoonlijke internetpagina zijn niet deskundig.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik twijfel aan de eerlijkheid van de organisaties achter de persoonlijke internetpagina.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik verwacht dat de organisaties achter de persoonlijke internetpagina het beste met mij voor hebben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De organisaties achter de persoonlijke internetpagina zijn goed op de hoogte van (ondernemers-)zaken.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De organisaties achter de persoonlijke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



---

internetpagina hebben geen idee hoe ze mij goed van dienst kunnen zijn.

---

Ik wil niet dat de organisaties achter de persoonlijke internetpagina bepalen wie mijn persoonlijke informatie in handen krijgt.

Ik weet behoorlijk goed wat de organisaties achter de persoonlijke internetpagina zullen gaan doen met mijn informatie.

Ik verwacht dat de organisaties de persoonlijke internetpagina zich zullen houden aan afspraken die ik met ze maak.

Ik verwacht dat de organisaties achter de persoonlijke internetpagina het goed bedoelen.

---

**Ten slotte volgen hier nog enige vragen over uw huidige internetgebruik.**

6. Gebruikt u wel eens het internet?

Ja  Nee (ga door naar vraag 10)

Zo ja, hoe vaak gebruikt u het internet?

- Bijna elke dag
- 1 – 2 keer per week
- 1-2 keer per maand
- Minder dan 1 keer per maand.

7. Hoe lang maakt u al gebruik van het internet?

- Minder dan 1 jaar
- 1 tot 3 jaar
- 3 tot 5 jaar
- 5 jaar of langer

8. Heeft u wel eens iets gekocht via het internet?

Ja  Nee

9. Regelt u uw bankzaken via het internet?

Ja  Nee

10. Hoeveel mensen heeft u in dienst?  
       \_\_\_ mensen
11. Wat is uw geslacht?    Man                       Vrouw
12. Wat is uw leeftijd?       \_\_\_ jaar
13. Wat is uw geboorteland?   \_\_\_\_\_
14. Wat is uw Nationaliteit?   \_\_\_\_\_
15. Wat is uw hoogst genoten opleiding?  
        Basisschool  
        Mavo / LBO / VMBO  
        Havo / VWO  
        MBO  
        HBO / Universiteit  
        Anders .....
16. Waar moet een systeem als het B-dossier volgens u beslist aan voldoen?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**Hartelijke bedankt voor uw medewerking!**

Onder elke tien mensen die de vragenlijst invullen, verloten we een bioscoopbon. Wilt u mee doen met de verloting, vult u dan de volgende gegevens in:

Naam: \_\_\_\_\_  
 Adres: \_\_\_\_\_  
 Postcode en woonplaats: \_\_\_\_\_  
 Telefoonnummer: \_\_\_\_\_