

Thesis voorstel

Thesis voorstel voor onderzoek naar een geschikt
distributiemodel ten aanzien van Twentse
streekproducten.

17-3-2014

Hoger Toeristisch en Recreatief Onderwijs, Saxion Deventer

Anouk Oude Vrielink

2431010

Thesis voorstel

Thesis voorstel voor onderzoek naar een geschikt
distributiemodel ten aanzien van Twentse
streekproducten.

Auteur: Anouk Oude Vrielink, 2431010

Instelling: Hoger Toeristisch en recreatief onderwijs, Saxion Deventer

Plaats en datum van uitgave: Losser, 17-3-2014

Betrokken partijen:

Kenniscentrum Hospitality lectoraat Experience

Projectbureau De Groene Poort

Betrokken personen:

Opdrachtgever: Martin Verbeek

Projectbegeleiders kenniscentrum: Bert Janssen en Nienke Nije Bijvank

1^e examiner: Bert Janssen

2^e examiner: Jan Willem Meijerhof

Onderzoekdocent: Joris Verwijmeren

Voorwoord

Dit thesis voorstel is geschreven in het kader van mijn afstudeerscriptie. Deze scriptie schrijf ik voor de opdrachtgever project bureau De Groene Poort. Dit thesis voorstel rapport is bedoeld om een inzage te krijgen in de project aanpak van de thesis. Graag wil ik de heer Janssen en de heer Verwijmeren bedanken voor de hulp bij het ontwerpen van het thesis voorstel.

Lossen, 17-3-2014

Anouk Oude Vrielink

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
1 Inleiding	5
1.1 De betrokken partijen	5
1.1.1 Kenniscentrum Hospitality	5
1.1.2 Kracht van Overijssel.....	5
1.1.3 De Groene Poort	5
1.2 Aanleiding	5
1.3 Doelstellingen	6
1.3.1 Probleemstelling	6
1.3.2 Kennis	7
1.3.3 Aanbevelingen	7
1.4 Onderzoeksvragen.....	7
1.4.1 Hoofdvraag	7
1.4.2 Deelvragen	7
1.5 Globale work breakdown structure.....	7
1.6 Leeswijzer	8
2 Theoretisch kader.....	8
2.1 Zoekmethode	8
2.2 Definities kernbegrippen.....	9
2.2.1 Streekproducten	9
2.2.2 Distributiemodel	11
2.2.3 Grootverbruikers in de foodindustrie.....	12
2.3 Relaties kernbegrippen	13
3 Aanpak literatuuronderzoek	14
3.1 Wat dient er te worden onderzocht in het literatuuronderzoek?	14
3.2 Doelstelling literatuuronderzoek	14
3.3 Deelvragen die worden beantwoord	14
3.4 Zoekmethode	14
4 Aanpak veldonderzoek	15
4.1 Doelstelling	15
4.2 Onderzoeksvragen die worden beantwoord.....	15
4.3 Onderzoeksstrategie.....	15

4.4 Waarnemingsmethoden	15
4.5 Kernbegrippen.....	16
4.6 Onderzoekseenheden	19
4.7 Analyse technieken	20
5 Aanpak advies gedeelte	20
5.1 Doelstelling	20
5.2 Elementen van het advies.....	20
6 Planning en organisatie	21
Literatuurlijst.....	22
Bijlagen	24
Bijlage 1: Work breakdown structure.....	25
Bijlage 2: Zoekmethoden	29
Bijlage 3: Modellen die in deze thesis worden gebruikt.....	31

1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt er een omschrijving gegeven van de betrokken partijen. De aanleiding en relevantie van het thesisproject zijn weergegeven en van daar uit is het managementprobleem beschreven. Om het management probleem op te lossen zijn er hoofd- en deelvragen opgesteld.

1.1 De betrokken partijen

Er zijn een aantal partijen betrokken bij dit thesis project. De belangrijkste partijen worden hier geïntroduceerd.

1.1.1 Kenniscentrum Hospitality

De thesis opdracht is verworven via het Kenniscentrum Hospitality lectoraat Experience in Hospitality & Leisure. Saxion heeft een aantal kenniscentra waarvan het kenniscentrum Hospitality er één is. Het kenniscentrum houdt zich bezig met vraagstukken in de praktijk. Studenten onderzoeken onder begeleiding van het lectoraat naar passende antwoorden bij vraagstukken uit de praktijk. Het lectoraat Experience in Hospitality & Leisure doet onderzoek naar de relatie tussen services, hospitality en experiences in de business-context. Dit is de input voor het creëren van innovatieve gastvrije serviceconcepten (Kenniscentrum Hospitality,2014).

1.1.2 Kracht van Overijssel

Het kenniscentrum werkt samen met de provincie in het project 'Kracht van Overijssel'. Speerpunten zijn de ondersteuning en innovatie van de vrijetijdseconomie en het stimuleren van innovatief ondernemerschap. Binnen het project zijn er drie thema's te onderscheiden; Cultuur, Puur en Waterplezier. De thesis opdracht valt onder het thema Puur. Dit thema richt zich op de gebruiker (bezoeker, gast, toerist en bewoner) die via de zintuigen het 'pure' van de provincie Overijssel beleven. De focus ligt op:

- Pure smaken: Smaak- en streekproducten en culinaire beleving.
- Puur landleven: Plattelandstoerisme, puur landleven en terug naar de oorsprong.
- Puur natuur: Natuurbeleving, schoonheid en authenticiteit van het land(schap), actief genieten van het landschap en wellness.
- Pure volksaard: Authenticiteit en gastvrijheid van de Overijsselse bewoners.

Bij Puur staan ondernemende organisaties in het landelijk gebied in het middelpunt.

1.1.3 De Groene Poort

De opdrachtgever is projectbureau De Groene Poort. Project bureau de Groene Poort werkt samen in een project van de provincie Overijssel met als doel om het buitengebied van Borne 'De Groene Poort' te ontwikkelen als een groene verbinding tussen Netwerkstad Twente en een verbinding tussen Noordoost en Zuidwest Twente (De Groene Poort,2014).

1.2 Aanleiding

Het buitengebied van Borne bestaat uit meerdere kleinschalige landschappen. Het grootste grondgebruik is door de landbouw. Om als landbouwer te blijven bestaan is een grote afzet nodig. In de kleinschalige landschappen is het niet mogelijk om op grote schaal te produceren. De vraag is of men mee wil gaan in de vergroting waarvoor verkaveling nodig zal zijn. Het antwoord daarop is nee, want dit tast de eigenheid van het landschap aan. Daarom dient men het gebied op een andere manier

een impuls te geven. Het idee is om de streekproducten een belangrijke rol te laten spelen in de ontwikkeling van het gebied.

Uit de trends en ontwikkelingen blijkt dat er steeds meer vraag is naar streekproducten. Zowel vanuit de consument als vanuit de horeca. Zo beschrijft het Groene Hart (2009) dat er steeds meer vraag komt naar eerlijke producten uit de omgeving. Via steeds meer kanalen komen streekproducten in opkomst. Zo is er een groei te zien in streekwinkels en webwinkels. Streekproducten komen ook steeds meer onder commercieel aandacht zoals via kookprogramma's en top koks die gebruik maken van deze producten. Daarnaast geeft het Groene Hart (2009) aan dat er ook steeds meer vraag is vanuit cateringorganisaties en zorginstellingen. Rabobank (2014) beschrijft in hun visie op de horeca branche de trends, kansen en bedreigingen. Een aantal van de trends die ze beschrijven ondersteunen de trends in het gebruik van streekproducten. "Belangstelling voor gezonde en duurzame voeding en het gebruik van authentieke (streek)producten". Opkomst van het gebruik van eerlijke en pure ingrediënten". "Hang naar een gezondere levensstijl; kleinere porties en meer groente dan vlees".

Eerder is door studenten van Saxion onderzoek gedaan naar een geschikt afzetkanaal ten aanzien van streekproducten in de regio Twente. In dit onderzoek zijn de regio, producenten en type producten in kaart gebracht. Daarnaast is er gekeken naar hoeveel en welk type bedrijven er nodig zijn om te 1% en 2% van de Twentenaren te voeden met streekproducten. Het probleem met streekproducten zijn de logistieke systemen. De streekproductie in Twente is momenteel nog maar in beperkte mate ontwikkeld. De producenten zijn wel bereid om over te stappen naar streekproductie, maar er bestaan nog te veel hindernissen in het produceren en afzetten van de producten. Een van de grootste knelpunten is de logistiek. De producenten van streekproducten brengen elk afzonderlijk de producten naar de afnemers en andersom. De afnemers dienen de producten af te halen bij de verschillende producenten. Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat er een distributiesysteem dient te worden opgezet om dit probleem te kunnen oplossen. Daarbij dient er in eerste instantie te worden gericht op de grootverbruikers in de foodindustrie in de eigen regio. In de toekomst kunnen er rondom dit systeem recreatieve concepten met streekproducten in de hoofdrol worden opgezet

1.3 Doelstellingen

De doelstelling bestaan uit drie onderdelen: het management probleem dat in de thesis centraal staat, de kennis die het onderzoeksgedeelte gaat opleveren en als derde het type advies dat er wordt gegeven.

1.3.1 Probleemstelling

Het opzetten van een distributiemodel voor streekproducten vereist samenwerking van de producenten van de streekproducten in de regio Twente. Het zijn ondernemers die veel tijd in hun bedrijf steken. Ze hebben daarnaast weinig tijd om zelf samenwerkingen te zoeken en aan te gaan. Daarom heeft project bureau de Groene Poort in het belang van de ontwikkeling van de regio deze taak op zich genomen. Wanneer je producenten wilt overtuigen om een samenwerkingsvorm aan te gaan dient voor hen duidelijk te zijn wat de voor en nadelen zijn en wat de samenwerking voor hen oplevert. Daarom is er een plan ten behoeve van een distributiemodel nodig om hen te kunnen overtuigen. Het managementvraagstuk dat in deze thesis centraal staat is dan ook:

Wat is een geschikt distributiemodel ten aanzien van streekproducten uit Twente voor de grootverbruikers in de foodindustrie in de regio Twente?

1.3.2 Kennis

Het doel in het onderzoeksgedeelte is het in kaart brengen van de wensen en behoeften van de grootverbruikers in de foodindustrie in Twente ten aanzien van streekproducten en de distributie van deze streekproducten. Daarnaast is het van belang om de reeds bestaande distributiemodellen in kaart te brengen. Het doel van het onderzoeksgedeelte is om op basis van de onderzochte wensen en behoeften van de afnemers en de beschikbare modellen te komen tot een geschikt winstgevend distributiemodel ten aanzien van de streekproducten in de regio Twente.

1.3.3 Aanbevelingen

Het doel in het aanbevelingsgedeelte is een advies geven over een geschikt en winstgevend distributiemodel ten aanzien van streekproducten in de regio Twente dat aansluit op de wensen en behoeften van de afzetmarkt. Het doel van de aanbevelingen is om op basis van een plan voor de distributie van streekproducten de producenten te overtuigen om te anticiperen in een samenwerkingsvorm om dit distributiemodel op te zetten.

1.4 Onderzoeksvragen

Er dient in kaart te worden gebracht wat een geschikt distributiemodel is ten aanzien van de streekproducten uit de regio Twente voor de grootverbruikers in de foodindustrie in Twente. Dit distributiemodel dient winstgevend te zijn en aan te sluiten op de wensen en behoeften van de afnemers. Op basis daarvan zijn de volgende hoofd- en deelvragen opgesteld.

1.4.1 Hoofdvraag

Op welke winstgevende wijze is het mogelijk om een distributiemodel op te zetten ten aanzien van streekproducten uit de regio Twente waarbij rekening wordt gehouden met de wensen en behoeften van de grootverbruikers in de foodindustrie in Twente?

1.4.2 Deelvragen

- Welke grootverbruikers in de foodindustrie gebruiken (of willen gebruik maken van) streekproducten?
- *Wat zijn de wensen en behoeften van de grootverbruikers in de foodindustrie in de regio Twente ten aanzien van streekproducten uit de regio Twente?*
- *Wat zijn de wensen en behoeften van de grootverbruikers in de foodindustrie in de regio Twente aan de distributie van streekproducten uit de regio Twente?*
- *Welke distributiemodellen voor streekproducten zijn er reeds beschikbaar?*
- *Wat zijn de kritische succes- en faalfactoren van de bestaande distributiemodellen voor streekproducten?*

1.5 Globale work breakdown structure

Het thesis project kan worden verdeeld in een aantal deelprojecten. Het eerste deelproject is het opstellen van de doelstellingen en onderzoeksvragen. Het tweede deelproject is het theoretisch kader. In dit onderdeel worden de kernbegrippen van het thesis project uitgewerkt. Het derde deelproject is het onderzoeksgedeelte. Deze bestaat uit literatuur onderzoek en veldonderzoek. In het literatuur onderzoek wordt er doormiddel van literatuur antwoord gezocht op (deel) vragen. Door middel van het veldonderzoek wordt onderzocht wat de wensen en behoeften van de afzetmarkt zijn aan streekproducten van de regio Twente en de distributie van de streekproducten in de regio Twente. In

het vierde en laatste gedeelte wordt er een advies gegeven aan het management. In bijlage 1 is de uitgebreide work break down structure weergegeven.

1.6 Leeswijzer

In het tweede deel van dit thesisvoorstel wordt het theoretisch kader behandeld. In dit gedeelte worden de kernbegrippen verder onderzocht. Er is een definitie van de kernbegrippen gegeven. Deze worden kritisch besproken door de overeenkomsten en verschillen weer te geven. Als laatste wordt er weergegeven wat de begrippen betekenen voor het thesis onderzoek. In het derde deel van dit thesisvoorstel wordt de aanpak van het literatuuronderzoek weergegeven. Deze aanpak bestaat uit de doelstelling, hoofd- en deelvragen en de zoekmethoden, termen en criteria die worden gebruikt om de gevonden literatuur te beoordelen. Het vierde onderdeel geeft de aanpak van het veldonderzoek weer. De doelstellingen, hoofd- en deelvragen, een beschrijving van de gekozen onderzoeksmethode en waarnemingsmethoden worden weergegeven. De operationalisering van de kernbegrippen uit het veldonderzoek, een omschrijving van de streekproeftrekking en als laatste een beschrijving van de analysetechniek. Het vijfde onderdeel gaat in op de aanpak van het adviesgedeelte. De doelstelling en elementen van het adviesgedeelte worden weergegeven. Het zesde en laatste onderdeel omvat de planning en organisatie van het thesis project.

2 Theoretisch kader

In dit hoofdstuk wordt het theoretisch kader weergegeven. De kernbegrippen van het onderzoek en de zoekmethode zijn vastgesteld. Een definitie en bespreking van deze definitie is weergegeven. In het laatste onderdeel van dit hoofdstuk worden de relaties tussen de kernbegrippen besproken.

2.1 Zoekmethode

Het zoekproces bestaat uit verschillende stappen. Achtereenvolgens: Zoeken, waarbij de zoektermen en zoekmachines worden vastgesteld. Selecteren, waarbij de zoekresultaten worden geselecteerd op basis van de selectiecriteria. Het vastleggen; de zoekmachines, zoektermen en resultaten die daadwerkelijk worden gebruikt in het onderzoek worden vastlegt. In het analyse gedeelte wordt er gestructureerd, samengevat en geïnterpreteerd wat de auteurs zeggen. Bespreken, in dit onderdeel wordt er een eigen tekst geschreven waarin de bronnen worden geciteerd, geparafraseerd en samengevat. De laatste stap is verantwoorden. Onder verantwoorden valt het gebruik van APA bronvermelding in de tekst en in de literatuurlijst. Om te beoordelen of de gevonden literatuur relevant is wordt er gebruik gemaakt van de AAOCC criteria.

De kernbegrippen, afgeleid van de hoofdvraag, in dit onderzoek zijn:

- Streekproducten
- Distributie(model)
- Grootverbruikers in de foodindustrie
- Winstgevendheid
- Wensen en behoeften

Een uitgebreide toelichting van de zoekmethoden waaronder; de zoekbegrippen in zowel het theoretisch kader en het literatuur onderzoek, de relevantie van de gevonden literatuur bestaande uit de zoekmachines en criteria en als laatste de verloop van het zoekproces zijn te vinden in bijlage 2.

2.2 Definities kernbegrippen

De kernbegrippen; streekproducten, distributie en grootverbruikers in de foodindustrie, vereisen een verdere uitleg. In volgende paragrafen worden deze begrippen toegelicht.

2.2.1 Streekproducten

In deze paragraaf wordt de definitie van streekproducten van meerdere auteurs gegeven. De verschillen en overeenkomst worden besproken.

Van Heusden (2007) heeft onderzoek gedaan naar de definities van streekproducten. Ze komt tot de volgende gedwongen definitie zoals beschreven in Ottenhof (2011):

Een streekproduct met een historische naamsbekendheid (minimaal één generatie aangeboden) waarvan de productie & verwerking in de streek gedaan worden waar tevens de grondstoffen/ ingrediënten (minimaal 51%) vandaan komen. Bij de productie is rekening gehouden met het verantwoord en duurzaam produceren van herkomst is opgenomen in de naam het product.

Uit haar onderzoek is gebleken dat wanneer dit de definitie van streekproducten is er geen streekproducten bestaan. Ze heeft daarom vier kenmerken van een streekproduct opgesteld: maatschappelijk verantwoord ondernemen, diervriendelijkheid, streek van herkomst in naam van product, verhaal achter het product. Deze heeft ze gebaseerd op de Europese certificering:

- **Beschermde Oorsprongsbenaming (BOB):** “productie, verwerking en bereiding vinden plaats binnen een bepaald geografisch gebied, volgens een erkende en gecontroleerde werkwijze. Het gaat hier bijvoorbeeld om kazen die gemaakt worden in een bepaald gebied, met de melk van een lokaal dieren ras dat in het geografische gebied wordt gehouden”;
- **Beschermde Geografische Aanduiding (BGA):** “minimaal één van de productie-, verwerkings- of bereidingsstadia kunnen worden toegeschreven aan de geografische oorsprong. In sommige landen is dat bijvoorbeeld het geval voor hammen en worsten die een bepaalde faam genieten en volgens lokale methoden binnen een afgebakend geografisch gebied worden bereid”.
- **Gegarandeerde Traditionele Specialiteit (GTS):** “verwijst niet naar de herkomst, maar naar de traditionele productsamenstelling of productiemethode. Het kan hierbij bijvoorbeeld gaan om bepaalde gebaksoorten of kazen die op traditionele wijze worden bereid. Er is geen regionale binding, dus in feite gaat het hier niet om een streekproduct. GTS zal dus verder buiten beschouwing worden gelaten” (streekproducten loket, s.a)

Ottenhof (2011) gaat verder in op haar bevindingen. Hij vindt dat men de strakke definitie van streekproducten moet los laten. Hij ziet de oplossing in tweezijdige communicatie. Daarom is hij blij met het laatste punt van van Heusden; ‘verhaal achter het product’. Het is belangrijk om de boodschap weer te geven. Welke boodschap wil de producent overbrengen aan de consument en welke boodschap wil de consument horen? De streekproducent kan zijn afnemers op weg helpen door zijn verwachtingen te formuleren. Mensen zijn nieuwsgierig en willen verhalen horen. De streekproducent dient daarom een verhaal te vertellen bij zijn product. Dit geeft een impuls aan de verkoop van de producten. Volgens Ottenhof (2011) is een verhaal sterker dan een genetische definitie.

Volgens de Vlieger, van Ittersum en van der Meulen (1999) is het moeilijk om een eenduidige definitie van streekproducten te geven. Streekproducten zijn volgens hen “*alle voedselproducten die door een agrarische producent, verkoper of buitenstaander als zodanig worden gepresenteerd*”. Een streekproduct is te onderscheiden van een standaard voedselproduct aan de hand van een aantal

actoren. Deze actoren samen bepalen de streekeigenheid van een voedselproduct (de Vlieger et al., 1999). De actoren waaraan een streekproduct moet voldoen mag het een streekproduct genoemd worden zijn volgens de Vlieger et al. (1999); territorialiteit, typiciteit, traditionaliteit, collectiviteit en landschappelijkheid.

De eerste actor is territorialiteit; dit verwijst naar de fysieke verbondenheid van een voedselproduct aan een gebied of plaats (de Vlieger et al. ,1999). De typiciteit staat voor de kenmerken van het product en/of productie die ze onderscheiden van vergelijkbare voedselproducten. In het bijzonder voor de mate waarin de kenmerken passen bij de streek (de Vlieger et al. ,1999). Traditionaliteit verwijst naar de ouderdom, historische band tussen product en streek, het historische verhaal achter het product en de kwaliteit daarvan en de mate waarin het product wordt gemaakt op traditionele wijze. Collectiviteit houdt in dat een product door meerdere producenten in de streek wordt gemaakt. Landschappelijkheid verwijst naar de mate waarin de kenmerken van het landschap, landbouwproductie en verwerking tot uiting komt of in stand word gehouden. Secundaire aspecten van een streekproduct zijn milieu en economie. Deze worden vaak als kenmerken van een streekproduct genoemd, maar deze zijn niet alleen kenmerkend voor streekproducten. Deze aspecten kunnen namelijk ook worden toegepast op de productie van niet-streekproducten (de Vlieger et al. ,1999).

Volgens de Vlieger et al. (1999) kunnen Nederlandse streekproducten in drie hoofdcategorieën worden ingedeeld. De eerste categorie bestaat uit producten die kunnen worden verbonden met de landbouw van een streek. De tweede categorie is een traditioneel streekproduct. Dit zijn streekproducten die van oudsher kenmerkend zijn voor een streek. Industriële streekproducten, de derde categorie, zijn streekproducten die door een fabrikant worden gemaakt en waarbij de handelsnaam wordt voorzien van een streeknaam.

Streekproducten loket splitst de certificering van streekproducten op in Europees, nationaal en regionaal. De Europese certificering is al genoemd in de definitie van, van Heusden. Erkend streekproduct is het enige onafhankelijke landelijke keurmerk voor streekproducten. De eisen die zij stellen voor een nationaal keurmerk ten aanzien van streekproducten zijn; afbakening van de streek, de herkomst van de grondstoffen, de verwerking in de streek en duurzaamheid. Een nauwkeurige afbakening van de streek is van belang. Deze streek is duidelijk geografisch afgebakend. Uit deze streek komt minimaal 51% van de grondstoffen. In deze streek moet de verwerking van de producten plaatsvinden. Onder de verwerking wordt verstaan; de be- en verwerking van de grondstoffen, de verwerking van deze grondstoffen tot producten en het verkoop klaar maken van de producten. Als laatste punt wordt duurzaamheid genoemd. Het keurmerk moet bijdragen aan een duurzame regionale economische, ecologische en sociale ontwikkeling. Als laatste is er een certificering op regionaal niveau. Deze is te verdelen in twee categorieën: licentiehouders SPN en overige. Voor deze keurmerken worden dezelfde eisen gehanteerd als op nationaalniveau. Ze zijn een verlengstuk en verbinding met de verschillende regio's (Erkendstreekproduct,s.a), (Streekproductenloket, s.a).

Volgens alle auteurs is het moeilijk om een exacte definitie weer te geven voor het begrip 'streekproducten'. Alle auteurs behalve Ottenhof komen daarom met een aantal kenmerken of actoren van streekproducten. Zowel van Heusden (2007) als Ottenhof (2011) noemen het belang van een goed verhaal. Het verhalen element komt ook voor in de omschrijving van de Vlieger et al.(1999). Zij verwijzen naar het historische verhaal bij het product wat verwijst naar de traditionaliteit. Van Heusden

(2007) en de Vlieger et al. (1999) geven een aantal actoren weer van streekproducten. Erkend streekproduct geeft ook actoren weer, maar hierbij geldt dat er meer specifiekere uitleg is van de actoren dan bij van Heusden (2007) en dan de Vlieger et al. (1999). Waar Erkend streekproduct dus een heel specifieke definitie geeft van de actoren van streekproducten noemt Ottenhof (2011) dat men juist deze specificering dient los te laten. Volgens hem is het verhaal belangrijker dan de genetische definitie. De Vlieger et al. (1999) en Erkend streekproduct benoemen het belang van de streek. Het verschil tussen de twee auteurs is dat volgens Erkend streekproduct zowel de grondstoffen als de productie moet plaatsvinden in de streek. De Vlieger et al. (1999) benoemen de fysieke verbondenheid van het product met de streek. Zoals benoemd geven de meeste auteurs een aantal actoren of kenmerken. De benoeming van deze actoren komt op sommige fronten overeen, maar over de specifieke inhoud van de actoren verschillen de auteurs veel. Omdat alle auteurs benoemen dat het zeer moeilijk is om een exacte definitie te geven van streekproducten zal er in deze thesis dan ook niet één definitie worden aangehouden.

2.2.2 Distributiemodel

Distributie en distributiemodel zijn brede begrippen. Zoekend in de literatuur komt men als snel bij het Engelse begrip 'supply chain' en het daar van afgeleide 'supply chain management'. In dit onderdeel worden aan de hand van definities van meerdere auteurs de begrippen uitgelegd.

We beginnen met de definitie van de supply chain van Simchi-Levi, Kaminsky & Simchi-Levi (2008):

The supply chain, which is also referred to as the logistics network, consist of suppliers, manufacturing centers, warehouses, distributioncenters, and retail outlets, as well as raw materials, work in process inventory, and finished products that flow between the facilities (p.1).

Hier op volgt hun definitie van supply chain management:

Supply chain management is a set of approaches utilized to efficiently integrate suppliers, manufactures, warehouses, and stores, so that merchandise is produced and distributed at the right quantities, to the right locations, and at the right time, in order to minimize systemwide costs while satisfying service level requirements (p.1).

Volgens van der Vorst (2000) is supply chain management:

Supply Chain Management is the integrated planning, co-ordination and control of all logistical business processes and activities in the SC to deliver superior consumer value at less cost to the SC as a whole whilst satisfying the requirements of other stakeholders in the SC.

De bovenstaande auteurs geven beide het belang van waarde voor de afnemer weer. Van Goor en Ploos van Amstel (2009) geven in hun definitie van supply chain management ook het belang daarvan weer.

De hoofdoelstelling van logistiek (management) of integrale goederenstroombesturing kan worden omschreven als het zodanig op de afnemersmarkt afstemmen van informatie- en goederenstromen, dat tegen optimale kosten aan de wensen van de afnemers kan worden voldaan (p.29).

Leeman (2007) noemt in zijn boek de definitie die wordt gegeven door Chorpra.

“De supply chain bestaat uit alle partijen die, direct of indirect, betrokken zijn bij het vervullen van een klanten- en/of consumenten verzoek” (p.6).

Hierbij wordt dus wederom gerefereerd naar het belang van de afnemer/ klant. Verder benoemt Leeman (2007) dat de supply chain bestaat uit de leveranciers, transporteurs, de mensen in het distributiecentrum, retailers en de klanten zelf.

Zowel Simchi- Levi et al. (2008), van der Vorst (2000), van Goor en Ploos van Amstel (2009) en Leeman (2007) refereren naar het belang van de afstemming met de afnemersmarkt. Wel allen in een net andere vorm. Er kan dus worden geconcludeerd dat de inrichting van de supply chain dient te worden afgestemd op de afnemer. Naast de afstemming met de afnemers wordt er door deze auteurs gerefereerd naar het kosten aspect. Er kan worden geconcludeerd dat volgens de auteurs een goede afstemming van de supply chain zorgt voor een verlaging van de totale kosten.

Van Goor en Ploos van Amstel (2009) geven een verdere definiëring van de supply chain. Vanuit de afnemersmarkt zijn er volgens hen een aantal deeltrajecten te onderscheiden, namelijk: distributielogistiek, productie logistiek, physical supply, inkooplogistiek en reverse logistics. De distributielogistiek is het onderdeel van de supply chain dat direct aansluit op de markt. Dit deel van de supply chain heeft betrekking op de besturing en beheersing van de gerede producten van het einde van het productieproces tot en met de uiteindelijke afnemer. De definitie die van Goor en Ploos van Amstel geven (2009) voor distributie logistiek luid:

Onder distributielogistiek verstaan wij de effectieve en efficiënte voorstuwing van goederenstromen en informatiestromen tussen producenten en afnemers, zodanig dat het gerede product op de juiste plaats en juiste tijdstip in de juiste kwaliteit aanwezig is bij de afnemers (p.30).

Mulders (2010) geeft een beknoptere definitie: *“Fysieke distributie omhelst het proces vanaf het magazijn-gereed product tot aan de aflevering bij de afnemers” (p.138).*

In veel andere Nederlandse literatuur wordt er gerefereerd naar de definitie die van Goor en Ploos van Amstel hebben gegeven of naar definities die er in eerdere jaren zijn gegeven. In dit rapport wordt de definitie van, van Goor en Ploos van Amstel uit 2009 dan ook aangehouden. Deze definitie geeft duidelijk weer welk deel van de supply chain in dit onderzoek centraal staat.

2.2.3 Grootverbruikers in de foodindustrie

Bij grootverbruikers in de foodindustrie valt er te denken aan restaurants, hotels, catering en zorginstellingen. Om in kaart te brengen wie of wat de grootverbruikers in de foodindustrie zijn, is er gezocht naar de betekenis van maaltijdverstrekkers.

Restaurants zijn horeca bedrijven die zich richten op de bereiding en verkoop van maaltijden (Rabobank,2014). Café-restaurants, bistro's en wegrestaurants vallen volgens de Rabobank ook onder deze maaltijdverstrekkers. Een restaurant kan een onderdeel zijn van een hotel. Volgens kenniscentrum horeca (2014) werd tot 2000 in de drank- en horecawet aangegeven dat: “ een restaurant bedrijf een horecabedrijf is die alcoholhoudende drank voor gebruik ter plaatse verstrekt tezamen met de verstrekking van maaltijden”. Vanaf 2000 wordt er geen onderscheid meer gemaakt in een café- en restaurantbedrijf, maar zijn de begrippen maaltijd en restaurantbezoek van belang voor de definiëring. Onder maaltijd wordt verstaan “een geheel van warme gerechten, hetwelk tenminste

bestaat uit de volgende drie, niet met elkaar gemengde bestanddelen: vlees, vis, gevogelte of wild, groente en aardappelen, rijst of meelspijzen”. Wanneer de bedrijfsvoering zich hier op richt is er sprake van een restaurant en van restaurantbezoek. Wanneer een bedrijf gericht is op het verstrekken van kleine maaltijden en/of dranken zoals in een lunchroom of pannenkoekenhuis is er geen sprake van een restaurant.

Volgens Bureau eerlijke mededingen (2014) en Kenniscentrumhoreca (2014) wordt met catering bedoeld “Het bedrijfsmatig in opdracht verstrekken van gerechten en dranken voor gebruik elders”. Er kan onderscheid worden gemaakt in contractcatering en partycatering. Bij contractcatering valt te denken aan de catering voor bedrijven, zorginstellingen en scholen. Party catering is het verlenen van catering op diensten of feesten van particulieren. De maaltijden bij zorginstellingen worden veelal verstrekt doormiddel van catering.

Om de afzetmarkt verder te definiëren wordt er gebruik gemaakt van het segmentatiemodel van E.Mc Carthy beschreven in het 101 management modellen boek van Mulders (2010). De uitleg en stappen van dit model zijn uitgewerkt in bijlage 3. De eerste stap is de afbakening van de markt. Dit is al gedaan want er zal worden gericht op de grootverbruikers in de foodindustrie in regio Twente. Er is dus ook bepaald dat er wordt gericht op een B2B markt en niet om een B2C markt. In het literatuur onderzoek dient er verder te worden uitgezocht welke afnemers in de foodindustrie gebruik maken van streekproducten.

2.3 Relaties kernbegrippen

De kernbegrippen uit de hoofdvraag, streekproducten, distributiemodel, grootverbruikers in de foodindustrie, winstgevendheid en wensen en behoeften, staan in relatie tot elkaar. In deze paragraaf worden deze relaties uitgelegd.

De wensen en behoeften van de grootverbruikers in de foodindustrie hebben een invloed op de invulling van het distributiemodel. Want het distributiemodel dient aan te sluiten op de afnemer zoals beschreven in de literatuur. Streekproducten hebben naast de wensen en behoeften van de afnemer ook invloed op de keuze van een geschikt model. Want voor voedsel en dus streekproducten zijn er andere eisen dan voor niet bederfelijke producten. Niet alle distributiemodellen zijn daarom geschikt voor streekproducten.

De winstgevendheid van het distributiemodel hangt af van meerdere elementen. Zo wordt deze bepaald door het model dat wordt gekozen. De keuze van het model is dus afhankelijk van de wensen en behoeften van de grootverbruikers in de foodindustrie en specifieke distributie eisen betreft streekproducten.

3 Aanpak literatuuronderzoek

In dit hoofdstuk wordt de aanpak van het literatuur onderzoek nader uitgelegd.

3.1 Wat dient er te worden onderzocht in het literatuuronderzoek?

In het literatuuronderzoek worden een aantal elementen verder uitgezocht. Ten eerste wordt er onderzocht welke trends en ontwikkelingen er zijn betreffende de distributie van streekproducten. Daarnaast dient er in kaart te worden gebracht welke distributiemodellen er al bestaan. Er zal een benchmark worden gedaan naar de bestaande modellen en kritische succes- en faalfactoren. In bijlage 3 is het benchmark model toegelicht. Zoveel mogelijk zal via de literatuur worden gezocht naar de succes- en faalfactoren van deze modellen. Deze bevindingen kunnen met veldonderzoek worden aangevuld. In dit veldonderzoek dienen respondenten te worden geïnterviewd. Op die wijze kunnen de kritische succes- en faalfactoren specifiek in kaart worden gebracht.

Ten tweede wordt in het literatuuronderzoek de afnemer beter in kaart gebracht. Dit wordt gedaan aan de hand van het segmentatiemethode van Mc Carthy. Dit model is in bijlage 3 verder toegelicht. Er dient in kaart te worden gebracht welke grootverbruikers in de foodindustrie gebruik maken of gebruik willen maken van streekproducten.

3.2 Doelstelling literatuuronderzoek

Het doel in het literatuuronderzoek is het in kaart brengen van de trends en ontwikkelingen betreffende de distributie van streekproducten. Daarnaast dient er in kaart te worden gebracht welke modellen er al beschikbaar zijn en wat hiervan de kritische succes- en faalfactoren zijn. Het tweede doel in het literatuur onderzoek is de afnemer beter in kaart te brengen. Het doel van het literatuur onderzoek is om het veldonderzoek te kunnen afstemmen op wat er al bekend is in de literatuur over de distributie van streekproducten. Daarnaast kan het veldonderzoek beter worden uitgevoerd wanneer er goed in kaart is gebracht wie de afnemers zijn. Bij deze groep worden namelijk de wensen en behoeften onderzocht.

3.3 Deelvragen die worden beantwoord

De deelvragen die worden beantwoord in het literatuur onderzoek zijn:

- *Welke grootverbruikers in de foodindustrie gebruiken (of willen gebruik maken van) streekproducten?*
- *Welke distributiemodellen voor streekproducten zijn er reeds beschikbaar?*

3.4 Zoekmethode

Voor het zoeken naar de literatuur gelden dezelfde criteria als zijn gebruikt voor het zoeken in het theoretisch kader. Zie bijlage 2 voor de omschrijving. De zoektermen die worden gebruikt:

Om de bestaande modellen te vinden: logistiek systeem streekproducten, distributie food, supply chain food, distributiecentrum streekproducten.

Om de afnemers in kaart te brengen: restaurants, catering, maaltijdverstrekkers, streekproducten, trends

4 Aanpak veldonderzoek

In dit hoofdstuk wordt de aanpak van het veldonderzoek nader toegelicht.

4.1 Doelstelling

Het doel in het onderzoeksgedeelte is het in kaart brengen van de wensen en behoeften van de grootverbruikers in de foodindustrie in Twente ten aanzien van streekproducten en de distributie van deze streekproducten. Daarnaast is het van belang om de reeds bestaande distributiemodellen in kaart te brengen. Het doel van het onderzoeksgedeelte is om op basis van de onderzochte wensen en behoeften van de afnemers en de beschikbare modellen te komen tot een geschikt winstgevend distributiemodel ten aanzien van de streekproducten in de regio Twente

4.2 Onderzoeksvragen die worden beantwoord

De deelvragen die in het veldonderzoek worden beantwoord zijn:

- *Wat zijn de wensen en behoeften van de grootverbruikers in de foodindustrie in de regio Twente ten aanzien van streekproducten uit de regio Twente?*
- *Wat zijn de wensen en behoeften van de grootverbruikers in de foodindustrie in de regio Twente aan de distributie van streekproducten uit de regio Twente?*
- *Wat zijn de kritische succes- en faalfactoren van de reeds bestaande distributiemodellen?*

4.3 Onderzoeksstrategie

Vanuit de literatuur is gekeken naar de best passende onderzoeksmethode. Door de trends en ontwikkelingen wordt je als leverancier gedwongen om meer samen te werken met de afnemers. Samenwerkingen en betere informatiestromen zullen zorgen voor een kostenverlaging (Leeman,2007). Wanneer men een supply chain wil opzetten is het belangrijk om dit te doen vanuit de wensen en behoeften van de klanten en/of afnemers (Goor, van.& Ploos van Amstel,2009), (Ploos van Amstel,2008). Er is gekeken naar de onderzoeksmethoden die zijn gebruikt bij vergelijkbare onderzoeken met als thema streekproducten. Er wordt zowel gebruik gemaakt van kwantitatieve als kwalitatieve methoden. Deze kwantitatieve methoden werden vooral gebruikt in situaties waarbij de wensen en behoeften van de consument werden onderzocht. Het gaat daarbij om kwantitatieve gegevens verzameling die een afspiegeling kunnen weergeven van de populatie (Brotherthon,2008)

In het veldonderzoek is het van belang om de wensen en behoeften van de afnemer ten aanzien van streekproducten en de distributie van streekproducten in kaart te brengen. Zoals Baarda, de Goede en Teunissen (2009) kan men met een kwalitatief survey de aard van bestaande opvattingen of gedragingen van personen en groepen beschrijven en inventariseren. De informatie die je verzameld moet bruikbaar zijn voor de doelgroep in het algemeen. Dit is van toepassing in dit veldonderzoek. Naast het inventariseren wat de afnemers belangrijk vinden is het waarom belangrijk. Dit omdat de distributie van de streekproducten dient aan te sluiten op hun wensen en behoeften. Bij een kwalitatief survey wordt er gebruik gemaakt van een richtinggevende, open vraagstelling. Er wordt dieper ingegaan op de gebeurtenissen, opvattingen en ideeën van de doelgroep (Baarda et al.,2009).

4.4 Waarnemingsmethoden

Zoals Baarda et al.(2009) beschrijven is er bij een kwalitatief survey sprake van een richtinggevende, open vraagstelling. De passende waarnemingsmethoden zijn dan ook kwalitatief. Er zal gebruik worden gemaakt van interviews om de wensen en behoeften in kaart te brengen. Bij kwalitatieve interviews zijn

de vragen open of weinig gestandaardiseerd. Tijdens een interview maakt men gebruik van een topiclijst of checklist (Baarda et al. ,2009). Als onderzoeker is het van belang om de interviews af te nemen onder alledaagse omstandigheden. Bij het interviewen in een kwalitatieve survey methode is er sprake van een open interview (Baarda et al. ,2009). Naast het gebruik van interviews kan men ook gebruik maken van observaties en velddocumenten of rapporten. Om een benchmark te maken van de bestaande distributiemodellen voor streekproducten zal er zeker gebruik worden gemaakt van velddocumenten.

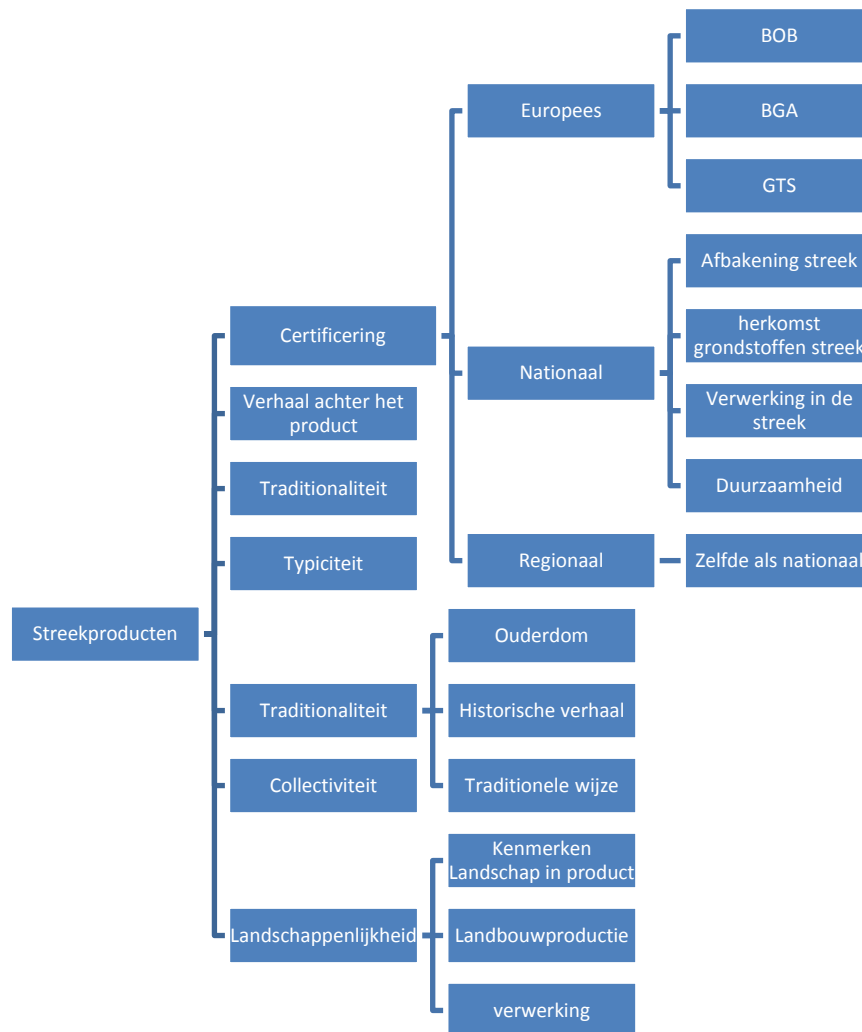
Om de waarnemingsmethode juist uit te voeren zullen de interviews individueel worden afgenomen onder alledaagse omstandigheden. Dit betekent dat de interviews zoveel mogelijk worden afgenomen bij de te onderzoeken ondernemingen. Het interview zal worden opgenomen om de gegevens te kunnen analyseren. Tijdens het interview wordt er gebruik gemaakt van een gedeeltelijk gestructureerde interviewgids. De belangrijkste vragen liggen hierbij vast. Daarnaast zijn er topics omtrent doorvragen opgesteld. (Baarda et al.,2009).

4.5 Kernbegrippen

Het is van belang om de kernbegrippen verder te definiëren voor de invulling van het veldonderzoek. Dit is gedaan doormiddel van een boomdiagram. In het veldonderzoek worden de wensen en behoeften van de afnemers omtrent streekproducten en de distributie van streekproducten onderzocht. De definitie van streekproducten is zoals de auteurs ook aangeven zeer complex. Om streekproducten verder te definiëren is in een tabel een overzicht gemaakt van de kenmerken van streekproducten na auteur. Aan de hand daarvan is de boomdiagram uitgewerkt.

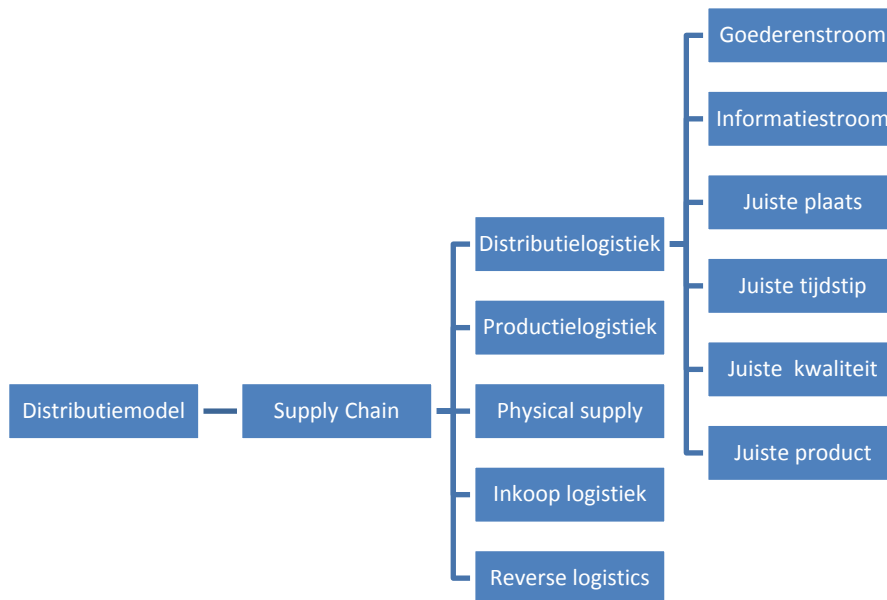
Tabel 1: Elementen streekproducten na auteur

Heusden	Ottenhof	De Vlieger et al.	SPN
MVO	Verhaal achter het product	Territorialiteit	Afbakening streek
Diervriendelijkheid		Typiciteit	Herkomst grondstoffen uit de streek
Streek van herkomst in naam product		Traditionaliteit	Verwerking in de streek
Verhaal achter het product		Collectiviteit	Duurzaamheid
		Landschappenlijkheid	



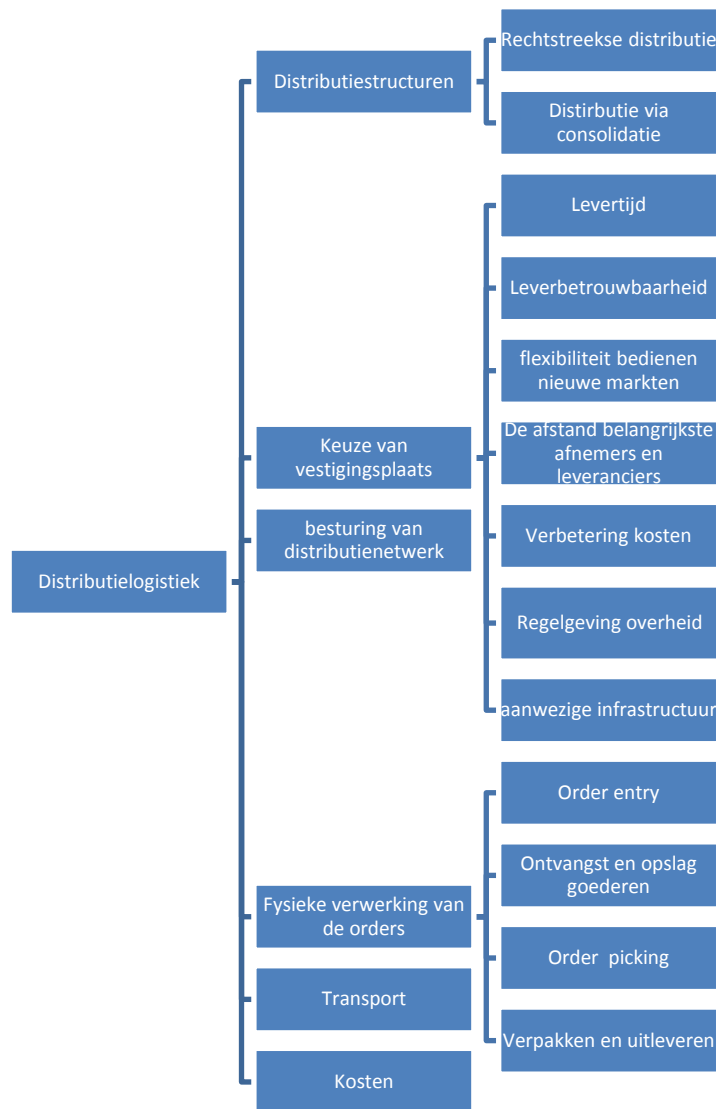
Figuur 1: Boomdiagram streekproducten

Voor de distributie van streekproducten geldt dat het ook een complexe definitie betreft. Er wordt op twee wijzen onderzoek gedaan naar een geschikt distributiemodel voor streekproducten. Enerzijds worden de bestaande modellen en daarbij behorende succes- en faalfactoren in kaart gebracht. Anderzijds worden de wensen en behoeften van de afnemers in kaart gebracht. Er zijn twee boomdiagrammen ontwikkeld. In het eerste boomdiagram is de definitie van het begrip opgesplitst. In het tweede boomdiagram is het model van distributielogistiek weergegeven.



Figuur 2: Definiëring supply chain, distributielogistiek

De goederenstroom heeft betrekking op de goederen die worden vervoerd van producent naar afnemer. Onder de goederenstroom valt dus ook het bijbehorende transport. De informatiestroom omvat de verschillende informatiestromen in de keten. Deze zijn de voorraad informatie, maar ook bestelsystemen. Bij de levering van de producten is het van belang dat dit gebeurt op de juiste plaats, het juiste tijdstip, het juiste product en de bijbehorende juiste kwaliteit. Wat het juiste product en juiste kwaliteit is wordt onderzocht door de wensen en behoeften ten aanzien van streekproducten van de afnemers in kaart te brengen. Daarnaast heeft de levertijd weer invloed op de kwaliteit. In het veldonderzoek worden de wensen en behoeften betreffende deze elementen van de distributie onderzocht bij de afnemers.



Figuur 3: Boomdiagram model distributie logistiek

De toepassing van distributielogistiek bestaat uit de elementen zoals weergegeven in de bovenstaande boomdiagram. Om een geschikt distributiemodel te kiezen dienen er over de bovenstaande elementen beslissingen te worden gemaakt.

4.6 Onderzoekseenheden

Zoals Baarda et al. (2009) omschrijven wordt de keuze van de eenheden in een kwalitatief onderzoek gebaseerd zijn op theoretische overwegingen. Dit wordt een theorie gerichte selectie genoemd. Er wordt toegewerkt naar een 'bepaalde' samenstelling van de onderzoekseenheden. Bij een kwalitatief onderzoek is sprake van een gerichte of beredeneerde steekproef. Bij een kwalitatief onderzoek is het niet de bedoeling om de resultaten te generaliseren voor een gehele populatie. Het gaat dan om de reikwijdte van de gevonden resultaten te bepalen of om een afspiegeling te krijgen van een groep of situatie.

Het eerste onderdeel in het veldonderzoek wordt er onderzoek gedaan naar de wensen en behoeften van de grootverbruikers in de foodindustrie in Twente ten aanzien van streekproducten en de distributie van streekproducten. In het literatuur onderzoek wordt dus verder in kaart gebracht welke

maaltijdverstrekkers streekproducten gebruiken of zouden willen gebruiken. Uit deze groep dienen de onderzoekseenheden te worden gekozen. Binnen deze groep wordt er onderzoek gedaan naar typerende gevallen. Dit omdat je met een kwalitatief survey een afspiegeling wilt geven van de algemene groep.

In het literatuuronderzoek wordt er gestart met de benchmark naar de reeds bestaande distributieconcepten voor streekproducten. Hierbij worden dus een aantal organisaties gekozen die verschillende modellen hanteren. Van deze modellen worden dan kritische succes- en faalfactoren onderzocht. De onderzoekseenheden bestaan dan ook uit de gekozen bedrijven. Er is sprake van onderzoekseenheden met een maximum aan variatie. Het is namelijk essentieel om de succes- en faalfactoren van verschillende modellen in kaart te brengen.

Baarda et al.(2009) noemen dat de grootte van de steekproef afhankelijk is van de complexiteit van het onderwerp en de heterogeniteit van de onderzoekseenheden op relevante kenmerken. De kwaliteit en representativiteit zijn belangrijker dan de kwantiteit. Het is belangrijk om van te voren na te gaan waar de respondenten te vinden zijn, in welke mate ze bereid zijn om mee te werken, waar dat van afhankelijk is en welke rol je als onderzoeker moet aannemen.

De opdrachtgever heeft reeds een bestaand klantenbestand met afnemers van streekproducten. Daarnaast wordt er met partners gewerkt aan andere projecten. Naar waarschijnlijkheid zal het daarom makkelijker zijn om respondenten te vinden in de groep 'grootverbruikers in de foodindustrie'. Na verwachting zal het lastiger zijn om geschikte respondenten te vinden voor het onderzoeken van kritische succes- en faalfactoren van de distributiemodellen. Daarmee wordt er namelijk dieper ingegaan op de bedrijfsvoering.

4.7 Analyse technieken

Om de data van de afgenomen interviews te analyseren zullen de interviews worden opgenomen. Deze opnames worden volledig uitgeschreven. De niet relevante tekst zal daarna worden doorgestreept. De relevante fragmenten zullen door middel van codering worden gelabeld. Het stappenplan van Baarda et al. (2009) zal worden aangehouden om dit juist uit te voeren. De analyse zal handmatig worden uitgevoerd. Op basis van de gecodeerde teksten zal er een antwoord worden gegeven op de deelvragen.

5 Aanpak advies gedeelte

De aanpak van het advies gedeelte wordt in dit hoofdstuk toegelicht.

5.1 Doelstelling

Het doel in het aanbevelingsgedeelte is een advies geven over een geschikt en winstgevend distributiemodel ten aanzien van streekproducten in de regio Twente dat aansluit op de wensen en behoeften van de afzetmarkt. Het doel van de aanbevelingen is om op basis van een plan voor de distributie van streekproducten de producenten te overtuigen om te anticiperen in een samenwerkingsvorm om dit distributiemodel op te zetten.

5.2 Elementen van het advies

In het adviesgedeelte wordt er een advies gegeven over een geschikt distributiemodel voor de Twentse streekproducten. Om dit advies te kunnen geven is er inzichtelijk gemaakt welke grootverbruikers in de foodindustrie in Twente geïnteresseerd zijn in streekproducten. Aan deze afnemers zal worden

gevraagd welke wensen en behoeften ze hebben ten aanzien van streekproducten. Op basis daarvan kan er een advies worden gegeven welke streekproducten belangrijk zijn en waarom. Dit is belangrijk voor de producenten die hun producten kunnen aanpassen op de wensen en behoeften van de afnemers. Om tot een geschikt winstgevend distributiemodel te komen zullen de wensen en behoeften van de afnemers aan de distributie van streekproducten worden onderzocht. Daarnaast zal er worden onderzocht welke modellen bestaan en wat hiervan de kritische succes- en faalfactoren zijn. Op basis van die informatie zal er een advies worden gegeven over een geschikt distributiemodel voor de Twentse streekproducten. In het adviesgedeelte wordt er ingegaan op de (financiële) haalbaarheid van het distributiemodel. Daarnaast wordt er een advies gegeven over de te nemen vervolgstappen om dit distributiemodel in de praktijk op te zetten.

6 Planning en organisatie

De uitwerking van de globale work breakdown structure is te vinden in bijlage 1. Hierin is een overzicht opgenomen met de deelprojecten, de tijdplanning van de processen en de gewenste contactmomenten met betrokken personen. In het overzicht is duidelijk weergegeven uit welke deelelementen het project bestaat. Deze deelelementen zijn wederom gesplitst in deeltaken. Er is ook duidelijk aangegeven wanneer bepaalde deelelementen af dienen te zijn en wanneer de toets momenten plaats vinden.

Het concrete product dat de eerste fase heeft opgeleverd is dit rapport. Het onderzoeksgedeelte bestaat uit twee onderdelen; het literatuur onderzoek en het veldonderzoek. Het literatuuronderzoek dient antwoord te geven op hoofdvragen die zijn geformuleerd in paragraaf 3.3 Het literatuur onderzoek dient te zijn afgerond voordat er wordt begonnen aan het veldonderzoek. In dit onderdeel wordt namelijk in kaart gebracht welke grootverbruikers in de foodindustrie gebruik maken van streekproducten. De respondenten dienen binnen deze groep te vallen. Daarnaast wordt er in het literatuuronderzoek gestart met de benchmark naar de bestaande distributiemodellen voor streekproducten. In het literatuuronderzoek is in ieder geval in kaart gebracht welke modellen er bestaan en worden vergeleken. In het veldonderzoek kan er nog een aanvulling worden gegeven aan succes- en faalfactoren. Met het veldonderzoek worden dan de overige hoofdvragen zoals beschreven in paragraaf 4.2 beantwoord. Op basis van de verzamelde gegevens in het literatuur en veldonderzoek kan er dan een conclusie worden getrokken. In het adviesgedeelte wordt er dan een plan gepresenteerd waarbij er invulling is gegeven aan een geschikt distributiemodel voor streekproducten.

In het schematische overzicht in bijlage 1 zijn gewenste contact momenten met de betrokken personen weergegeven. Een aantal van de gesprekken hebben al plaatsgevonden. Met de opdrachtgever dient de project voortgang en de inhoudelijke aspecten van het project te worden besproken. In het schema zijn de contactmomenten hiervoor opgenomen. De opdrachtgever heeft zoals al benoemd een bestaand klantenbestand waaruit enkele respondenten voor het veldonderzoek gekozen kunnen worden. Het is gewenst om elke twee weken af te spreken met de 1^e examinator. In deze gesprekken zal de voortgang worden besproken en waar nodig adviezen en tips om deze voortgang te stimuleren. Deze tips en adviezen kunnen ook bestaan uit rapportage of het in contact brengen met interessante personen of ondernemingen. De 2^e examinator is aanwezig bij de toets momenten. Met de onderzoeksdocent is al van één consult gebruik gemaakt. Het tweede consult zal later in het project plaatsvinden.

Literatuurlijst

Baarda, D.B., De Goede, M.P.M. & Teunissen, J. (2009). *Basisboek kwalitatief onderzoek: handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek*. Tweede, geheel herziende druk. Groningen, Nederland: Noordhof Uitgevers b.v

Brotherthon, B. (2008). *Researching hospitality and tourism: a student guide*. London, UK: SAGE publications.

Bureau eerlijke bededingen. (s.a). *Catering*. Gevonden op 11 maart 2014 op het internet:
<http://www.eerlijkehoreca.nl/bem-abc/catering/>

De Groene Poort (s.a). *Beleef de Groene Poort!* Gevonden op 3 februari 2014 op het internet:
<http://www.groene-poort.nl/page/139>

Erkendstreekproduct. (s.a). *Keurmerk*. Gevonden op 19 februari 2014 op het internet:
<http://www.erkendstreekproduct.nl/keurmerk/>

Goor, A.R., van. & Ploos van Amstel, W. (2009). *Distributie logistiek: werken vanuit ketenperspectief*. Derde druk. Groningen, Nederland: Noordhoff uitgevers.

Groene Hart. (2009). *Vermarketing en distributie van streekproducten Groene Hart: projectplan*. Gevonden op 3 februari 2014 op het internet:
<http://www.ghkh.nl/documenten/8%20streekproducten/projectplan%20Vermarketing%20en%20distributie%208.pdf>

Janzen, R. & Vlieger, J.J, de. (1999). *Ketenonderzoek streekproducten*. Den Haag, LEI.

Kenniscentrum Horeca. (s.a). *Horeca ABC*. Gevonden op 11 maart 2014 op het internet:
http://services.kenniscentrumhoreca.nl/HorecaABCHome/HorecaABCList/HorecaABC_C/HorecaABC_Cateringbedrijf.aspx

Kenniscentrum Hospitality (2014). *Het project 'kracht van Gastvrij Overijssel': 'Een samenwerkingsverband tussen het Saxion en de provincie Overijssel op het gebied van Product Markt Partner Combinaties'*

Leeman, J. (2007). *Supply chain management: integrale ketenaansturing*. Amsterdam, Nederland: Pearson Education Benelux.

Mulders, M. (2010). *101 Management modellen*. Tweede druk. Groningen, Nederland: Noordhof uitgevers.

Ottenhof, H. (2011). *Streekproducten: een goed verhaal is het hele werk*. HAN Business publications 2011 -6, P.61-69

Ploos van Amstel, W. (2008). *Logistiek*. Amsterdam, Nederland: Pearson Education

Rabobank cijfers en trends. (2013). *Rabobank cijfers en trends. Een visie op branches in het Nederlandse bedrijfsleven 38^e jaargang 2013/2014*. Gevonden op 7 februari 2014 op het internet: <https://www.rabobankcijfersentrends.nl/index.cfm?action=branche&branche=08.01.03&p=1>

Simchi-Levi, D., & Kaminsky, P., & Simchi-Levi, E. (2008). *Designing and managing the supply chain: concepts, strategies and case studies*. Derde editie. New York, Verenigde staten: The Mc Graw-Hill Companies.

Streekproductenloket. (s.a) *Europese certificering*. Gevonden op 19 februari 2014 op het internet: <http://streekproductenloket.nu/merken/keurmerken/europese-oorsprongsbescherming/>.

Streekproductenloket. (s.a). Nationale certificering. Gevonden op 19 februari 2014 op het internet: <http://streekproductenloket.nu/merken/keurmerken/nationale-certificering-erkend-streekproduct/>

Streekproductenloket. (s.a). Regionale certificering. Gevonden op 19 februari 2014 op het internet: <http://streekproductenloket.nu/merken/keurmerken/nationale-certificering-erkend-streekproduct/>

Vlieger, J.J., de. & Ittersum, K, van. & Meulen, H.S, van der. (1999). *Streekproducten: van consument tot producent*. Den Haag, LEI.

Vorst, J.G.A.J. van der. (2000). *Effective food supply chains: generating, modeling and evaluating supply chain scenarios*. <http://edepot.wur.nl/121244>

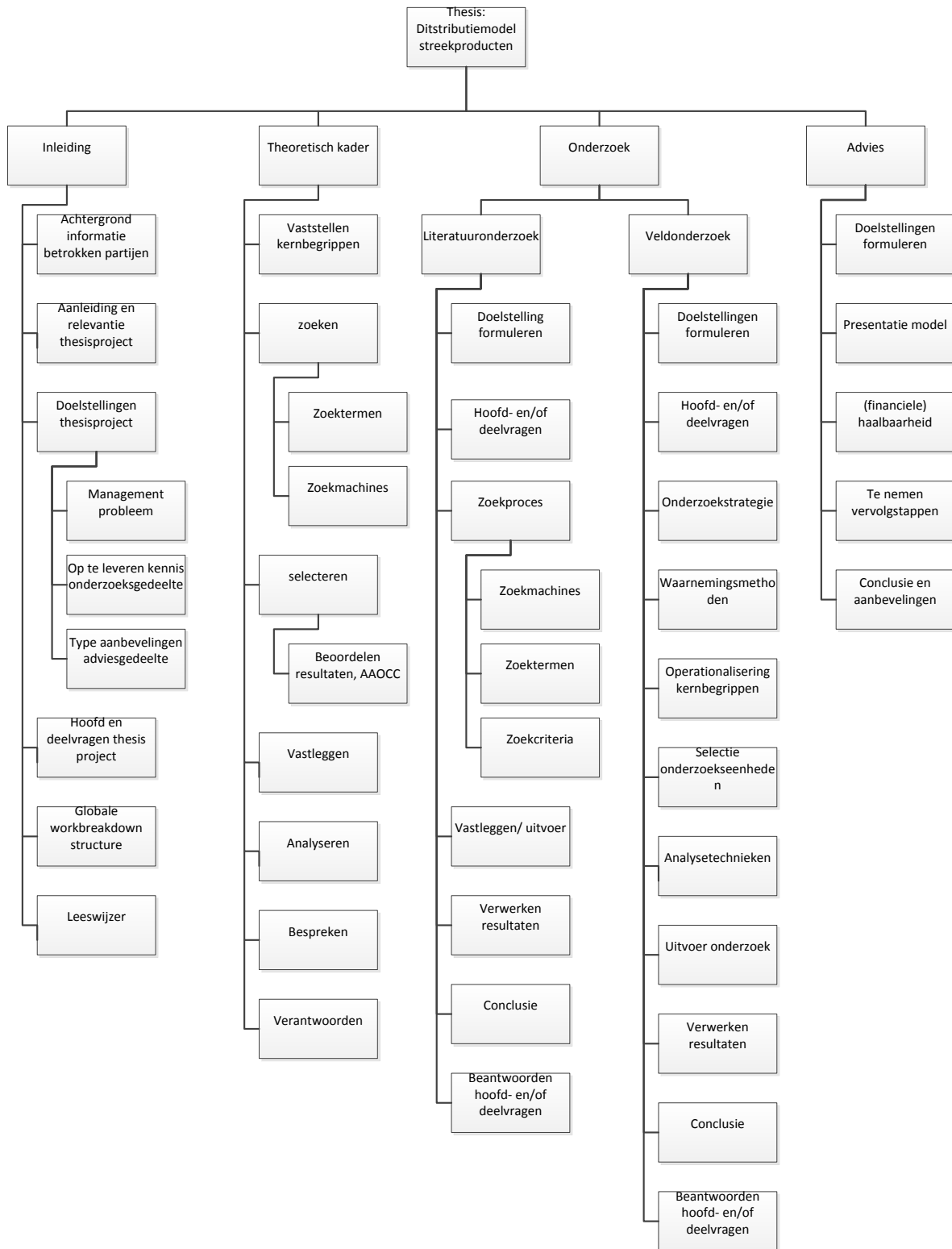
Bijlagen

Bijlage 1: Work breakdown structure

Bijlage 2: Zoekmethoden

Bijlage 3: Te gebruiken modellen

Bijlage 1: Work breakdown structure



Figuur 4: Deeltaken thesis project

Tabel 2: Tijdsplanning

	3.1	3.2	Vakantie	3.3	3.4	3.5	3.6	3.7	3.8	3.9	3.10	Vakantie	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	4.7	4.8
Vorbereidende fase																				
Startweek Saxion																				
Gesprek opdrachtgever																				
Gesprek examinator																				
Oriëntatiefase																				
Thesis voorstel opzetten																				
Inleiding																				
Theoretisch kader																				
Literatuur onderzoek																				
- Doelstellingen formuleren																				
- Hoofd- en/of deelvragen																				
- Vormgeving zoekproces																				
Veldonderzoek																				
- Doelstellingen formuleren																				
- Hoofd- en/of deelvragen formuleren																				
- Onderzoeksstrategie																				
- Waarnemingsmethoden																				
- Operationalisering kernbegrippen																				
- Onderzoekseenheden																				
- Analyse technieken																				
Aanbevelingen																				
Thesis proposal defence																				
Onderzoeksfase																				
Literatuur onderzoek																				
Formulering doelstellingen																				
Zoekproces																				

Vastleggen																				
Verwerken resultaten																				
Conclusie																				
Beantwoorden hoofd- en of deelvragen																				
Veldonderzoek																				
Formulering																				
Interview/ vragenlijst opstellen																				
Respondenten selecteren																				
Interviewen																				
Verwerken resultaten																				
Conclusie																				
Beantwoorden hoofd- en of deelvragen																				
Advies gedeelte																				
Doelstellingen formuleren																				
Presentatie distributiemodel (financiële) haalbaarheid																				
Te nemen vervolgstappen																				
Conclusie en aanbevelingen																				
Afsluitende onderdelen																				
Voorwoord / nawoord																				
Management samenvatting																				
Literatuurlijst/ APA																				
Bijlagen																				
Spelling controle																				
Inleveren thesis werkstuk																				

Tabel 3: Legenda

Vakantie	■
Deelproject	■
Tussenproject	■
Werktijd onderdeel	■
Toets moment	■
Afspraak betrokken personen	■

Tabel 4: Overzicht afspraken betrokken personen

	3.1	3.2	Vakantie	3.3	3.4	3.5	3.6	3.7	3.8	3.9	3.10	Vakantie	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	4.7	4.8	4.9	4.10
1 ^e examinator	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2 ^e examinator	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Onderzoeksdocent	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Opdrachtgever	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Bijlage 2: Zoekmethoden

Het zoekproces bestaat uit verschillende stappen. Achtereenvolgens: Zoeken, waarbij de zoektermen en zoekmachines worden vastgesteld. Selecteren, waarbij de zoekresultaten worden geselecteerd op basis van de selectiecriteria. Het vastleggen; de zoekmachines, zoektermen en resultaten die je daadwerkelijk gaat gebruiken in je onderzoek worden vastlegt. In het analyse gedeelte wordt er gestructureerd, samengevat en geïnterpreteerd wat de auteurs zeggen. Bespreken, in dit onderdeel wordt er een eigen tekst geschreven waarin de bronnen worden geciteerd, geparafraseerd en samengevat. De laatste stap is verantwoorden. Onder verantwoorden valt het gebruik van APA bronvermelding in de tekst en in de literatuurlijst.

2.1 Kernbegrippen

De kernbegrippen, afgeleid van de hoofdvraag, in dit onderzoek zijn:

- Streekproducten
- Distributie(model)
- Winstgevendheid
- Wensen en behoeften
- De grootverbruikers in de foodindustrie

2.2 Zoektermen

Om relevante informatie te vinden over de kernbegrippen en in het literatuur onderzoek dienen er zoektermen te worden opgezet. De te gebruiken zoektermen worden hieronder weergegeven.

2.2.1 Zoektermen theoretisch kader

Om de kernbegrippen te onderzoeken zijn er per kernbegrip zoektermen opgesteld.

- Streekproducten: Streekproducten, lokale producten, regionale producten
- Distributie: Supply chain (management), logistiek systeem streekproducten, distributie food, supply chain food, distributielogistiek, fysieke distributie.
- De grootverbruikers in de foodindustrie: restaurants, catering, maaltijdverstrekkers, horeca.

2.2.2 Zoektermen literatuur onderzoek

In het literatuur onderzoek wordt er verder onderzoek gedaan naar geschikte distributiemodellen voor streekproducten. Daarnaast wordt er literatuur onderzoek gedaan naar de afnemers. Om dit te onderzoeken wordt er gebruik gemaakt van dezelfde zoekmethoden en eisen als voor het theoretisch kader. De zoektermen die zullen worden gebruikt zijn de volgende:

Om de bestaande modellen te vinden: logistiek systeem streekproducten, distributie food, supply chain food, distributiecentrum streekproducten.

Om de afnemers in kaart te brengen: restaurants, catering, maaltijdverstrekkers, streekproducten, trends

2.3 Relevante zoekresultaten

Om relevante resultaten te vinden zijn er een aantal zoekmachines vastgesteld die resultaten weergeven op wetenschappelijk niveau. De zoekmachines die voor het onderzoek zullen worden gebruikt zijn:

- HBO-kennisbank.nl
- Saxion bibliotheek
- EBSCO
- Picarta
- Google.scholar.com
- www.Multifunctionelelandbouw.net

Om verder te komen en meer relevante informatie te verzamelen zal er gebruik worden gemaakt van de sneeuwbalmethode. Hierbij wordt er in de gevonden literatuur verder gezocht naar relevante literatuur via de literatuur lijst. Hiermee wordt het zoekgebied verbreed.

Om de zoekresultaten te beoordelen moeten de resultaten voldoen aan de opgestelde criteria. De zoekresultaten moeten voldoen aan de regels van AAOCC.

- Authority: In hoeverre zijn de auteur en/of de uitgever gekwalificeerd en geloofwaardig?
- Accuracy: Wat zijn validiteit en betrouwbaarheid van de informatie in de publicatie?
- Objectivity: Hebben de auteurs enig (persoonlijk) belang bij de kerninformatie uit de publicatie?
- Currency: Is de informatie volledig up-to-date?
- Coverage: Is de informatie compleet, uniek en relevant?

2.4 Verloop zoekproces

Om relevante bronnen te vinden is er veel gebruik gemaakt van de sneeuwbalmethoden. Zowel voor het begrip 'streekproducten' als voor 'distributie'. In veel rapporten over streekproducten werd er gerefereerd naar dezelfde bronnen. Deze bronnen zijn achterhaalt en de definities uit deze literatuur zijn gebruikt voor het omschrijven van de begrippen. Op die manier is er zo veel mogelijk voldaan aan de AAOCC criteria. Geschikte informatie vinden over distributie was lastig. Dit is een breed begrip en daarom moeilijk te definiëren. Via zoeken op google scholar naar supply chain en distributie ben zijn een aantal artikelen gevonden. Deze artikelen bleken veelal verouderd. Via Google is er gezocht naar distributie. Door hier te zoeken is er achterhaalt welk onderwerp binnen de distributie en de supply chain voor het onderzoek van belang was. Namelijk de distributie logistiek. Op google scholar is er via deze term gezocht. Daar is er een relevant boek gevonden van, van Goor en Ploos van Amstel. Via Saxion bibliotheek is dit boek en andere relevante boeken gevonden over distributie logistiek en supplychain managment. In het boek werden reeds synoniemen gegeven voor distributielogistiek daarnaast is er naar synoniemen gezocht via picarta. Op deze synoniemen is er verder gezocht naar relevante literatuur. In de aanleiding is er beschreven dat er de trend in de horeca is met het gebruik van streekproducten. Dezelfde publicatie is gebruikt voor de definiëring van de grootverbruikers in de foodindustrie. Er is verder gezocht via vak-websites naar de definiëring van de begrippen.

Bijlage 3: Modellen die in deze thesis worden gebruikt.

In deze thesis wordt er gebruik gemaakt van management modellen. Deze worden voor zowel de vormgeving van de thesis als voor het uitvoeren van het onderzoek gebruikt. De modellen die worden gebruikt voor de vormgeving van deze thesis zijn:

- Gantt chart
- Onderzoeksmethoden

De Gantt Chart is gebruikt om in beeld te brengen uit welke processen het thesis project bestaat en wat de duur van deze processen afzonderlijk is. Hiermee is dus een planning voor het thesisproject opgesteld.

Het onderzoeksproces- of onderzoeksmethoden model van M.Saunders heeft bijgedragen aan het kiezen van een juiste onderzoeksmethode in deze thesis. Naast dit model is er gebruik gemaakt van de onderzoekboeken van Brotherton (2008) en Baarda, De Goede en Teunissen (2009).

De volgende modellen worden gebruikt bij de uitvoering van het thesis project.

- Segmentering
- Fysieke distributie
- Benchmarking

Om de afnemersmarkt duidelijk in beeld te brengen dient er te worden gesegmenteerd. Het segmentatiemodel van E.Mc Carthy wordt als ondersteuning hiervoor gebruikt.

Fysieke distributie of distributielogistiek is het onderdeel van de supplychain waar in deze thesis een advies over zal worden gegeven. Het model geeft de stappen weer die gebruikelijk zijn in dit deel van de thesis.

Om een geschikte distributiestructuur te vinden dient er naast het in kaart brengen van de wensen en behoeften van de afnemers in kaart te worden gebracht welke modellen er al beschikbaar zijn. Van deze modellen dienen de succes en faalfactoren in kaart te worden gebracht. Het uitvoeren van een benchmark is een geschikte methode om dit te doen. Daarnaast wordt er ook een vergelijking gemaakt met de behoeften van de afnemers.

Segmenteren

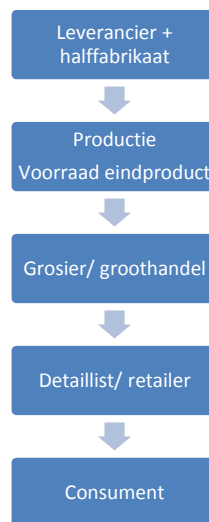
Het segmenteren bestaat uit een aantal stappen zoals beschreven door Mulders (2010).

1. Afbakening van de markt
2. Behoefteverzameling
3. Voorlopige segmenten
4. Eliminatie van gelijke kenmerken
5. Definitieve segmenten
6. Aanvullende gegevens
 - Consumenten markt en B2B markt
 - Geografische criteria
 - Demografische criteria

- Psychografische criteria
- Gedragscriteria
 - Omvang
 - Meetbaarheid
 - Onderscheidbaarheid
 - Bereikbaarheid
 - Bewerkbaarheid

7. Kwantificering segmenten

Fysieke distributie (Mulders,2010)

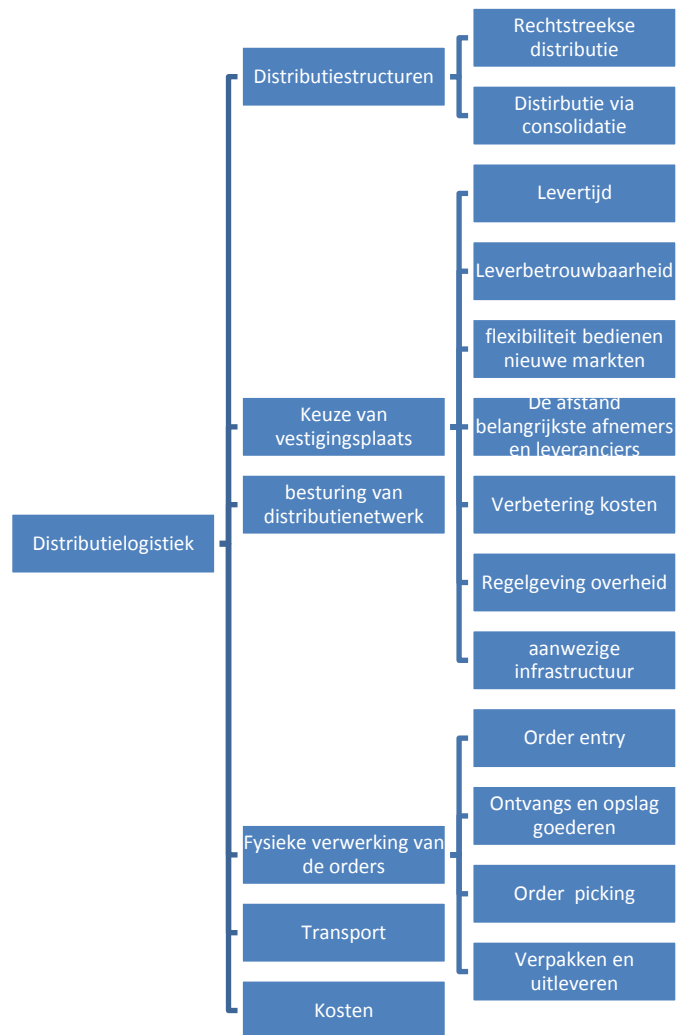


Figuur 5: Supply chain model

- Logistiek management omvat alle stappen in de supply chain
- Materials management omvat de stap van leverancier+ halffabrikaat naar productie en voorraad eindproduct.
- Fysieke distributie omdat het proces vanaf het magazijn-gereed product tot aan de aflevering bij de afnemers

De fysieke distributie bestaat uit 6 stappen:

1. Distributiestructuren
2. Keuze van vestigingsplaats
3. Besturing van het distributienetwerk
4. Fysieke verwerking van de orders
 - Order-entry
 - Ontvangst en opslag goederen
 - Order-picking
 - Verpakken en uitleveren
5. Transport
6. Kosten



Figuur 6: Distributielogistiek model

Benchmarking (Mulders,2010)

De benchmark van Hollensen wordt gebruikt om ondernemingen onderling te vergelijken. Ze worden vergeleken met concurrent, maar ook met de behoeften van de afnemers. De kritieke succes en faalfactoren worden in kaart gebracht. De volgende stappen worden ondernomen met een benchmark:

1. Bepaal waarop benchmarking moet worden toegepast
2. Bepaal de benchmarkpartners
3. Bepaal de methode van gegevens verzamelen en verzamel deze
4. Bepaal de kloof
5. Bepaal de toekomstige prestatieniveaus
6. Maak de benchmarkbevindingen bekend en zorg voor acceptatie
7. Stel actieplannen op
8. Implementeer