



*Food & Business*

# *Het huidige inkoopgedrag van voeding*

*Een inventarisatieronde onder  
verschillende food bedrijven in samenwerking  
met marktonderzoeksbureau Foodstep*

## De inventarisatieronde

Wat zijn de beweegredenen voor horeca en bedrijfsrestaurants om meer of minder inkoop bij retailer te doen in plaats van de traditionele groothandel? De studenten van de opleiding Food & Business hebben een grootschalige inventarisatieronde uitgevoerd waarmee dit inkoopgedrag in kaart is gebracht. De samenstelling van de vragenlijst en de verwerking van de gegevens is in nauwe samenwerking gegaan met Foodstep.

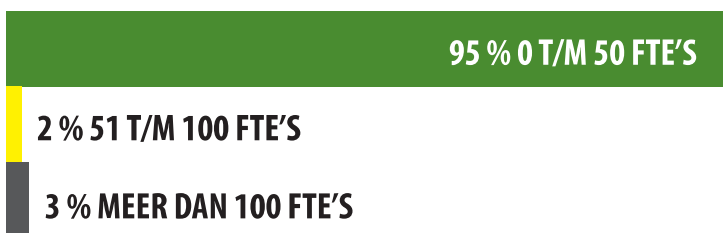
De derdejaars studenten hebben allemaal bij minimaal 2 bedrijven een enquête afgenomen. Dit was bij hun huidige stage bedrijf, waar ze gesproken hebben met degene die verantwoordelijk is voor de inkoop van voeding die binnen het bedrijf genuttigd wordt. Daarnaast hebben ze gesproken met een bedrijf naar keuze, zoals restaurants, cafés of kleine zorginstellingen. Dit is gebeurd in de periode mei 2017 tot en met oktober 2017. In totaal hebben er 323 bedrijven deelgenomen, dit is dan ook de n waarde van deze inventaristatieronde.

## Wat voor type bedrijven zijn opgenomen in deze inventarisatieronde?

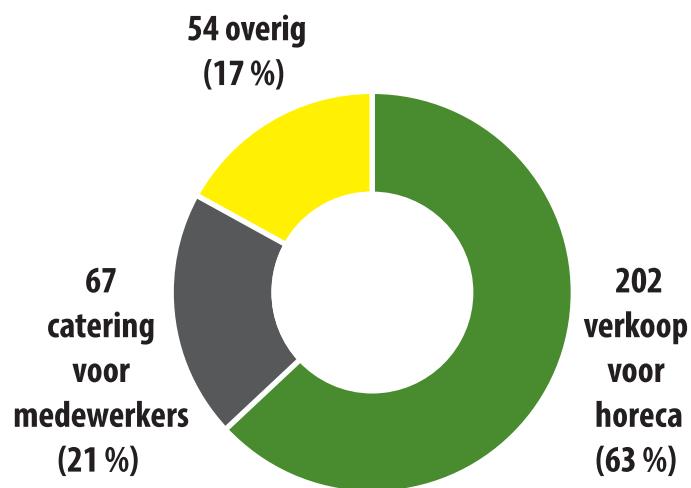
### Type bedrijf



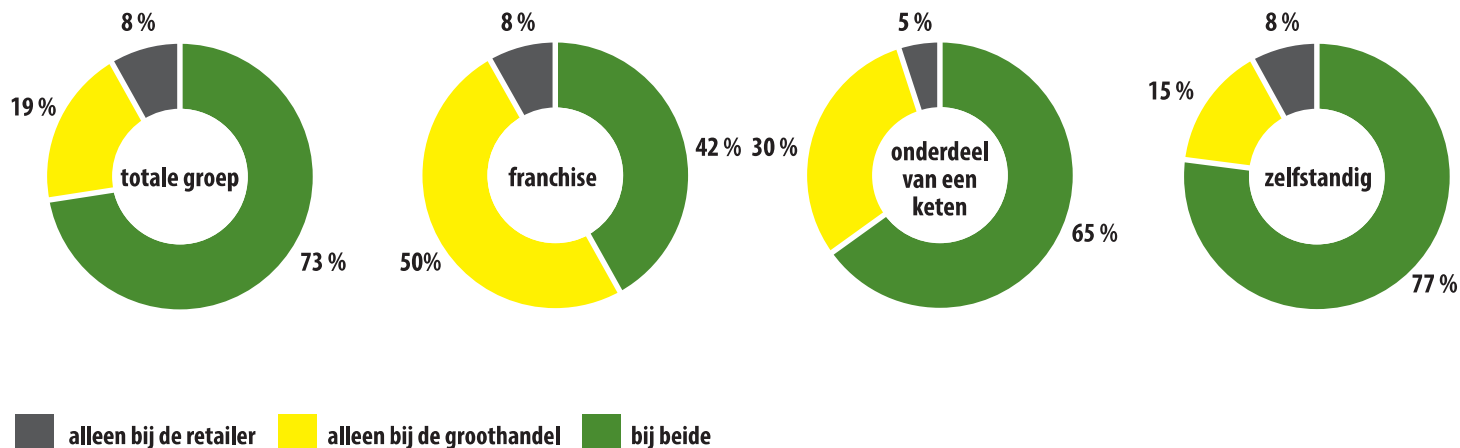
### Aantal FTE's



### Primaire doel inkoop voeding



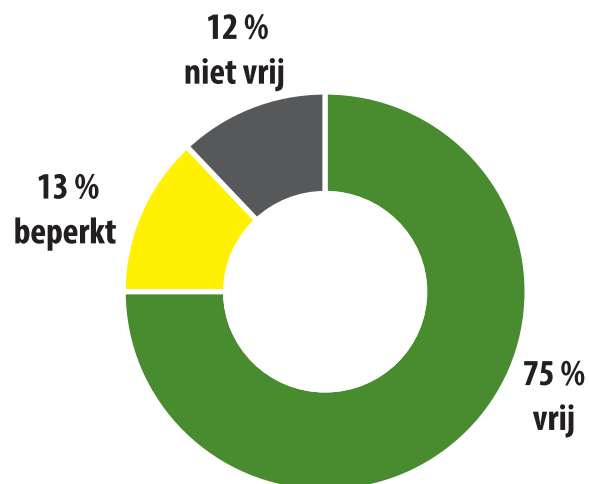
## Waar kopen bedrijven in?



## Wie is er goedkoper?

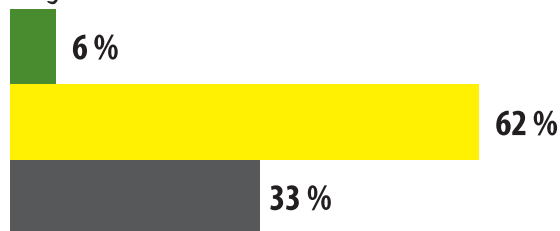
	percentage
Er is geen verschil tussen de retailer en de groothandel	13 %
Groothandel is goedkoper voor alle productcategorieën	23 %
Groothandel is goedkoper voor enkele productcategorieën	43 %
Retailer is goedkoper voor alle productcategorieën	4 %
Retailer is goedkoper voor enkele productencategorieën	18 %

## Vrij m.b.t. keuze waar men inkoopst?

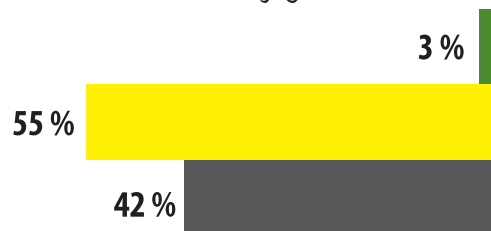


## In welke mate speelt de kennis van werknemers van de verkopende partij een rol?

bij retailers

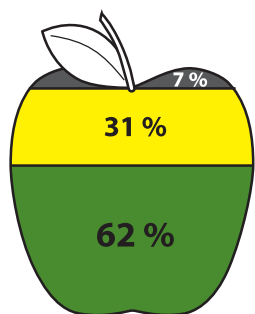


bij groothandels

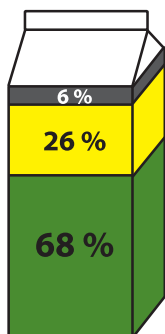


■ geen rol   
 ■ een beperkte rol   
 ■ een grote rol

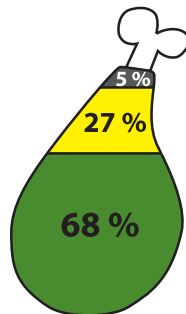
## Waar worden de verschillende productgroepen gekocht?



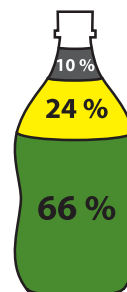
AGF



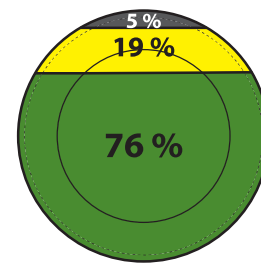
ZUIVEL



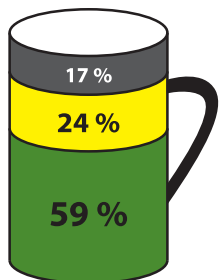
VLEES / VIS /  
GEVOGELTE



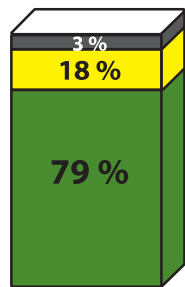
DRANKEN



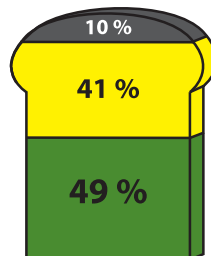
NON FOOD



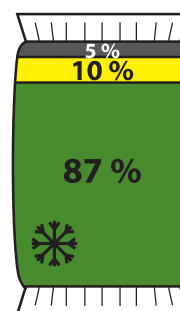
KOFFIE / THEE



DKW



BROOD



VRIES VERS

■ Overig  
■ Retail  
■ Groothandel

## Belangrijkste redenen inkoop bij groothandel

gemak  
bepaald door hoofdkantoor  
**totaal plaatje**  
prijs levering overig  
assortiment

## Belangrijkste redenen inkoop bij retailer

**kwaliteit** overig  
**noodgeval**  
lokaal service  
ondernemen gemak assortiment

### Belangrijkste reden om bij een groothandel in te kopen

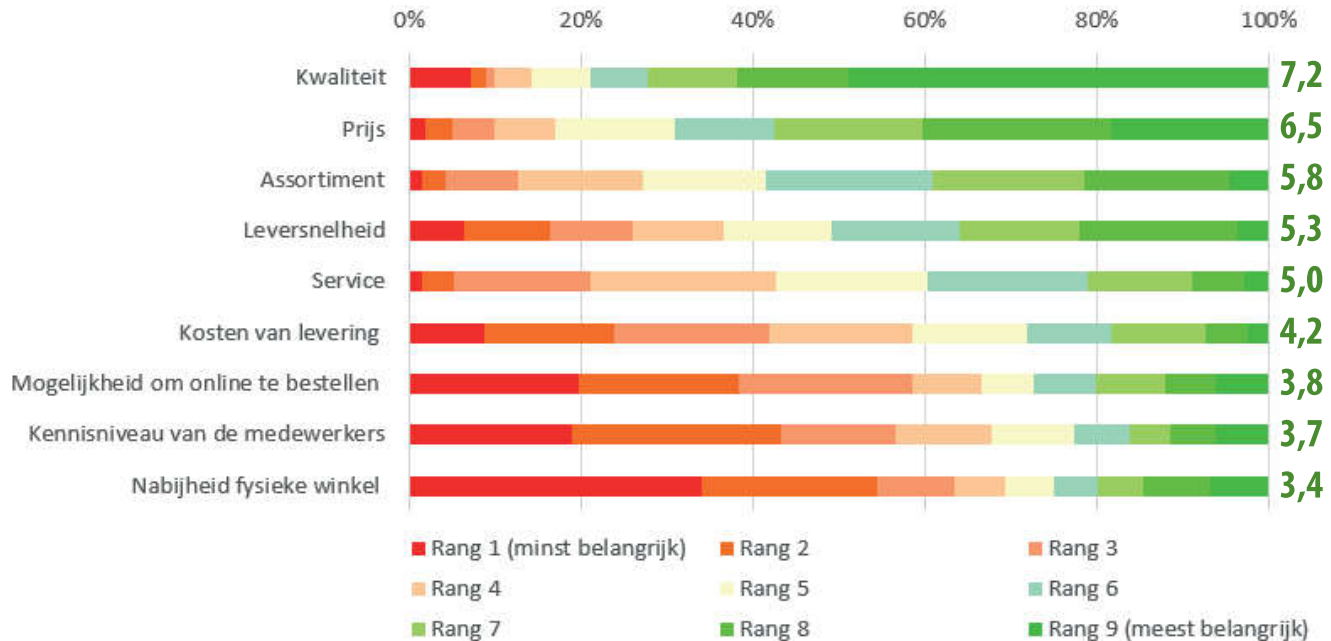
Type bedrijf	Assortiment	Bepaald door hoofdkantoor	Gemak	Levering	Prijs	Totaal plaatje	Overig	Totaal
Franchise	9,1 %	18,2 %	18,2 %	9,1 %	18,2 %	27,3 %	0,0 %	100,0 %
Onderdeel van een keten	10,9 %	19,6 %	13,0 %	2,2 %	26,1 %	26,1 %	2,2 %	100,0 %
Zelfstandig	15,7 %	2,1 %	19,9 %	3,4 %	17,8 %	36,4 %	4,7 %	100,0 %
Totale groep	14,7 %	5,5 %	18,7 %	3,4 %	19,1 %	34,5 %	4,1 %	100,0 %

### Belangrijkste reden om bij een retailer in te kopen

Type bedrijf	Assortiment	Gemak	Kwaliteit	Lokaal ondernemen	Noodgeval	Service	Overig	Totaal
Franchise	0,0 %	14,3 %	0,0 %	0,0 %	57,1 %	0,0 %	28,6 %	100,0 %
Onderdeel van een keten	14,7 %	8,8 %	14,7 %	11,8 %	23,5 %	5,9 %	20,6 %	100,0 %
Zelfstandig	12,1 %	17,9 %	19,2 %	8,5 %	16,1 %	15,2 %	11,2 %	100,0 %
Totale groep	12,1 %	16,6 %	18,1 %	8,7 %	18,1 %	13,6 %	12,8 %	100,0 %

- Zelfstandigen vinden bij de groothandel het **totaal plaatje** het belangrijkste.
- Bedrijven die onderdeel van een keten zijn kopen vooral in op basis van **prijs** en het **totaal plaatje**.
- In de franchise wordt er vooral ingekocht bij een retailer als er een **noodgeval** is.

## Factoren die een rol spelen in de keuze tussen de retailer en de groothandel



Op de Y-as van deze grafiek staan aan de linkerkzijde de factoren die een rol spelen in de keuze tussen de retailer en de groothandel. Aan de rechterzijde op de Y-as leest u welke gemiddelde rang er werd gegeven aan deze factor. Vervolgens kunt u door middel van de bovenzijde zien hoe de ranking procentueel is opgebouwd. Zoals te zien in de grafiek wordt kwaliteit als de belangrijkste factor aangemerkt. De nabijheid van de fysieke winkel wordt aangemerkt als het minst belangrijk.

### Contactgegevens:

*Benjamin Bles, Benjamin.Bles@han.nl, coördinator 3de en 4de jaar, opleiding Food & Business, HAN*

*Frank Meeuwsen, F.Meeuwsen@foodstep.com, data dokter, Foodstep, Nieuwe Kazernelaan 2 D42, 6711 JC Ede*

Hogeschool  van Arnhem en Nijmegen

 **FOODSTEP**  
VOORSPRONG DOOR MARKTKENNIS

*Deze brochure is gemaakt door 2 Food & Business studenten:  
Dataverwerking door Pien Meeuwissen  
Ontwerp door Anne-Marieke Crum*