



Starters op de agrarische arbeidsmarkt

Afstudeerwerkstuk

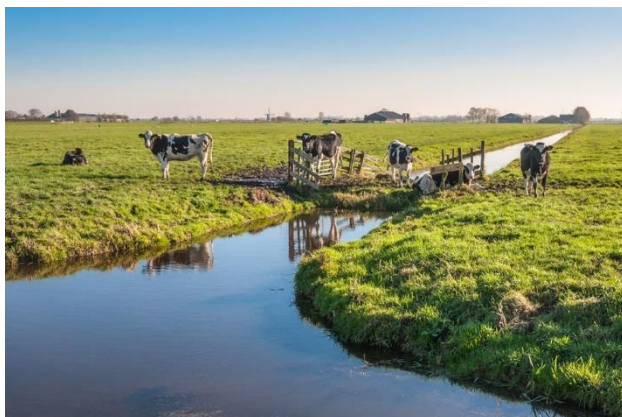
Niels Boerhof
3023904

De Buiskap 40
8251DG Dronten

✉ Niels.boerhof.1996@gmail.com
☎ +31 (0) 6 311 98 002

- Starters op de agrarische arbeidsmarkt –

Afstudeerwerkstuk



Niels Boerhof (3023904) – 4BA

Student Bedrijfskunde en agri- foodbusiness

Docent: Carolien Oostveen

Dronten, woensdag 14 juli 2021

DISCLAIMER

Dit rapport is gemaakt door een student van Aeres Hogeschool als onderdeel van zijn/haar opleiding. Het is géén officiële publicatie van Aeres Hogeschool. Dit rapport geeft niet de visie of mening van Aeres Hogeschool weer. Aeres Hogeschool aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid voor enige schade voortvloeiend uit het gebruik van de inhoud van dit rapport.

Voorwoord

Voor u ligt het afstudeerwerkstuk “Starters op de agrarische arbeidsmarkt” het is een literatuuronderzoek gevolgd door een combinatie van kwalitatief en kwantitatief onderzoek, ook wel de mixing methods.

Tijdens mijn afstudeerstage bij Aeres Agree heb ik een onderzoek gedaan naar de naamsbekendheid van Aeres Agree in Dronten, hierbij zijn er interviews gehouden met studenten studerende aan onder andere de studie bedrijfskunde en agri- foodbusiness. Wat veel ter sprake kwam bij die gesprekken was dat de bedrijfskunde student vaak de keuze voor die studie maakt omdat het een generalistische studie is. Het nadeel van de generalistische studie is dat ze na het afronden van hun studie talloze keuzes hebben om te starten, dit resulteert in het probleem dat studenten niet weten waar ze willen starten of in wat voor functie ze willen starten.

Als starter sta je te popelen om aan het werk te gaan, je hebt een generalistische richting gekozen maar deze richting is zo generalistisch dat de mogelijkheden enorm groot zijn, tevens verdrink je in de mogelijkheden op de arbeidsmarkt, hoe ga je daar mee om?

Ook voor vele studenten van de studie bedrijfskunde en agri-foodbusiness kan dit een lastige keuze zijn. Wat wil ik doen? Wat kan ik doen? en wat zijn de mogelijkheden met mijn kwaliteiten? Of nog sterker, wat zijn mijn kwaliteiten. Het is aannemelijk dat vele studenten de makkelijke weg kiezen, de eerste baan die hen aangeboden wordt, of gewoon het zelfde als wat de rest gaat doen. De bekende bedrijven als een ForFarmers, Agrifirm of Countus zijn bedrijven waar veel studenten na hun studie beginnen. De bedrijven die hier voor genoemd zijn, zijn ook bedrijven die veel doen aan Campus recruitment, maar is dit voor iedere student de ideale baan? En wat is dan wél de ideale baan voor een starter?

*“Welke richting kun je op? Ik vind alles in de sector wel leuk. De sector is zo groot dat je er in verdrinkt qua mogelijkheden die er zijn. Hierdoor blijft je vast hangen in de mogelijkheden die er zijn!”
Fraukje Roeleveld - Student bedrijfskunde en agri- foodbusiness*

Bij deze wil ik graag Carolien Oostveen bedanken voor de ondersteuning tijdens mijn vooronderzoek, en het schrijven van mijn afstudeerwerkstuk. Ook wil ik de recruiters, consultants en directie van Aeres Agree bedanken bij het opstellen van het vraagstuk.

Niels Boerhof

Dronten, 14 juli 2021

Inhoud

Samenvatting	5
Zusammenfassung	6
1. Inleiding	7
1.1 Afbakening en knowledge gap	7
1.2 Young professionals in de generatie Y en Z	8
1.3 Afgestudeerden	9
1.4 Bedrijfskunde student	9
1.4.1 Definitie bedrijfskunde student	9
1.4.2 Bedrijfskundig handelen	10
1.4.3 Cijfers en trends	10
1.5 Agrarische bedrijfskunde student	10
1.5.1 Definitie agrarische bedrijfskunde student	10
1.5.2 Cijfers en trends	11
1.6 Arbeidsmarkt	12
1.7 Agrarische arbeidsmarkt	14
1.7.1 Arbeidskrachten	14
1.7.2 Vacatures	14
1.7.3 Aansluiting onderwijs arbeidsmarkt	15
1.8 Werving en selectie	16
2. Hoofd en deelvragen	19
3. Materiaal en methode	20
4. Resultaten	22
4.1 Wat doen de agrarische bedrijfskunde studenten nu al bij de zoektocht naar hun eerste baan? ...	23
4.1.1 Voorbereiding door school	23
4.1.2 Hoe zouden ze beter voorbereid kunnen worden?	23
4.1.3. Wat doen ze zelf al?	25
4.2 Welke baan mogelijkheden zijn er momenteel met hun studie?	26
4.3 Waarom maken ze de keuze? Wat was hierbij bepalend?	27
4.3.1 Hoe zoeken ze?	27
4.3.2. In welke functie willen ze dan werken?	29
4.3.3 Wat is doorslaggevend?	29
4.4 Hoe kijken afstuderende aan tegen werving en selectie bureaus?	31
5. Discussie	33
6. Conclusie en aanbeveling	34
6.1 Onderzoek en doel	34
6.2 Conclusie per deelvraag	34
6.2.1 Wat doen de agrarische bedrijfskunde studenten nu al bij de zoektocht naar hun eerste baan? .	34
6.2.2 Welke baan mogelijkheden zijn er momenteel met hun studie?	35
6.2.3 Waarom maken ze de keuze? Wat was hierbij bepalend?	35
6.2.4 Hoe kijken afstuderende aan tegen werving en selectie bureaus?	36

6.3 Conclusie hoofdvraag	36
6.4 Aanbevelingen	37
6.4.1 Korte termijn	37
6.4.2 Lange termijn	38
Bibliografie.....	40
Bijlage 1. Antwoorden enquête studenten	41
Bijlage 2 Enquête alumni netwerk	42

Samenvatting

In de huidige arbeidsmarkt kunnen starters moeite hebben met het vinden van een passende baan, de economie draait goed en er is een overvloed aan banen. Wanneer er dan ook nog wordt gekozen voor een generalistische studie als bedrijfskunde kan het zijn dat de keuze naar een geschikte baan moeilijk wordt.

De generatie die momenteel afstudeert wordt ook wel de y en z generatie genoemd, ofwel de millennials en centennials. Deze generaties zijn opgegroeid in een steeds meer 24 uren economie, ze groeien op in een cultuur waar van alles genoeg is en er geen grenzen zijn. Maar wat ook kenmerkend is aan deze generatie is dat ze veeleisend zijn maar ook lui kunnen zijn. Dit kan in lastige situaties als het vinden van een baan niet meewerken.

Studenten vinden dat ze te weinig worden voorbereid op het bedrijfsleven, dit kan een tekortkoming zijn van het onderwijs maar is dit wel iets wat bij het onderwijs moet liggen? Werving en selectiebureaus hebben de kennis en kunde van de arbeidsmarkt paraat, ze zijn continu met beide partijen in gesprek. Ze kennen dus beide doelgroepen, en zijn op de hoogte van de ontwikkelingen op de arbeidsmarkt.

In dit onderzoek zal onderzocht worden in welke mate werving en selectie bureaus de studenten kunnen ondersteunen in de zoektocht naar hun eerste baan. De hoofdvraag luidt dan ook:

“Hoe kunnen W&S bureaus in Nederland starters op de agrarische arbeidsmarkt, die in de afgelopen 3 jaar studeren/studeerden aan een agrarische hogeschool in Nederland ondersteunen bij het zoekproces naar hun eerste baan?”

Hier voor zal er allereerst gekeken moeten worden naar waar de studenten behoefte aan hebben. Dit is gedaan in een vragenlijst aan alle 3^e en 4^e jaar studenten bedrijfskunde en agribusiness in Nederland. Daaruit is gebleken dat ongeveer de helft van de studenten wel weet wat hij/zij wil maar nog niet weet wat hij/zijn precies wil. Er is dus een globaal beeld bij de meesten, ook is ongeveer de helft van de studenten aan het oriënteren naar een toekomstige functie.

Bovenstaande werd dan ook nogmaals bevestigd toen er in kaart is gebracht wat de huidige mogelijkheden zijn op de arbeidsmarkt. Hiervoor is een vragenlijst verspreid onder het alumni netwerk en via LinkedIn, Hieruit bleek dat afgestudeerden vanaf ongeveer 1980 tot 2020 enorm diverse functies hebben, zowel binnen als buiten de sector. Dit was verspreid van ondernemer, tot QA manager en van docent tot vertegenwoordiger. Hieruit kwamen ook veelmeer specifieke beroepen die niet terug te lezen waren in de antwoorden van wat de studenten dachten te willen gaan doen na hun studie.

Er kon dus uiteindelijk geconcludeerd worden dat studenten veel mogelijkheden hebben na hun studie, maar de precieze functie die ze willen gaan doen is hun nog niet bekend. Ook vonden ze dat ze er tijdens hun studie te weinig ondersteuning in kregen. Werving en selectie bureaus kunnen hier de studenten mee helpen, dit doordat hun wél weten welke functies er zijn. In het laatste hoofdstuk is er een korte en lange termijn advies gemaakt, waarbij de basis het optimaliseren van het campusrecruitment is in samenwerking met de hogescholen.

Zusammenfassung

Auf dem aktuellen Arbeitsmarkt können Berufseinsteiger*innen Schwierigkeiten haben, für sich eine passende Stelle zu finden. Die Wirtschaft läuft gut und es gibt eine Fülle von Arbeitsplätzen. Nach einem nicht berufsspezifischen Studium wie der Betriebswirtschaftslehre kann die Entscheidung für einen geeigneten Arbeitsplatz daher nicht einfach sein.

Die Generation, die gerade ihren Abschluss macht, wird auch als Generation Y und Z bezeichnet, oder als Millennials und Centennials. Diese jungen Menschen sind in einer Zeit von zunehmender 24-Stunden-Wirtschaft und einer Kultur aufgewachsen, in der es von allem genug und keine Grenzen gibt. Was diese Generation aber auch charakterisiert, ist, dass sie anspruchsvoll, aber zum Teil auch wenig anstrengungsbereit ist. Dies kann in herausfordernden Situationen, wie z. B. der Arbeitssuche, hinderlich sein.

Studierende haben das Gefühl, dass sie nicht genug auf die Geschäftswelt vorbereitet werden. Das kann ein Mangel des Bildungssystems sein, aber ist das etwas, das dem Bildungssystem überlassen werden sollte? Personalvermittlungs- und Auswahlagenturen verfügen über erforderliches Wissen und Kenntnisse über den Arbeitsmarkt und sie sind ständig im Dialog mit beiden Seiten. Sie kennen beide Zielgruppen und sind sich der Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt bewusst.

In dieser Studie wird untersucht, inwieweit Personalvermittlungen Studierende bei der Suche nach ihrem ersten Arbeitsplatz unterstützen können. Die Hauptfrage lautet daher:

*"Wie können Personalagenturen in den Niederlanden Hochschulabsolvent*innen, die in den letzten 3 Jahren an einer landwirtschaftlichen Hochschule in den Niederlanden studiert haben, bei der Suche nach ihrem ersten Arbeitsplatz unterstützen?"*

Dazu ist es zunächst einmal notwendig, sich anzuschauen, was die Studierenden benötigen. Dies wurde bei allen Studierenden des 3. und 4. Jahres der allgemeinen und landwirtschaftlichen Betriebswirtschaftslehre in den Niederlanden mit Hilfe eines Fragebogens abgefragt. Daraus ergab sich, dass etwa die Hälfte der Studierenden in etwa weiß, was sie will, aber noch nicht sehr konkret. So ergibt sich bei den meisten eine eher allgemeine Vorstellung, etwa die Hälfte der Studierenden orientiert sich an einer zukünftigen Funktion.

Die Betrachtung der aktuellen Möglichkeiten auf dem Arbeitsmarkt bestätigt dies. Ein Fragebogen, der im Alumni-Netzwerk und über LinkedIn verteilt wurde, zeigte, dass die Absolvent*innen der Jahre 1980 bis 2020 eine große Vielfalt an Stellen besetzen, sowohl innerhalb als auch außerhalb des Sektors. Das Spektrum reicht von Unternehmer*innen über QS-Manager*innen bis hin zu Lehrer*innen und Vertreter*innen. Die Ergebnisse zeigten auch viele spezifische Berufsbilder, die sich nicht in den Antworten der Studierenden auf die Frage nach ihren beruflichen Plänen nach dem Studium widerspiegeln.

Daraus könnte man den Schluss ziehen, dass Studierende nach dem Studium viele Möglichkeiten haben, aber eine Vielzahl von konkreten Funktionen und Berufen, die sie ausüben können, sind ihnen noch nicht hinreichend bekannt. Viele hatten auch das Gefühl, dass sie während des Studiums nicht genug Unterstützung im Hinblick auf die Berufswahl bekommen haben. Personalvermittlungs- und -auswahlagenturen können Studierenden also behilflich sein, da sie über das Wissen verfügen, welche Stellen geeignet und verfügbar sind. Im letzten Kapitel werden kurz- und langfristige Vorschläge unterbreitet, wie die Anwerbung von Mitarbeitenden auf dem Campus in Zusammenarbeit mit den Universitäten optimiert werden kann.

1. Inleiding

Momenteel leven we in een generatie waarbij de millennials de arbeidsmarkt betreden, hierbij zijn de millennials niet bescheiden. Bij millennials moet hun baan het volgende bevatten: flexibiliteit, zingeving, persoonlijke en professionele ontwikkeling. Verder willen millennials een baan waarbij ze voldoende uitdaging krijgen, maar ook weer niet te veel. Ze willen graag betrokken worden bij beslissingen, maar willen niet tot in den treure vergaderen. Verder hebben ze de neiging wanneer hun werk te weinig impact heeft of als de leidinggevende te controlerend is te vertrekken. Hierdoor kan deze generatie het zich zelf erg moeilijk maken bij het betreden op de arbeidsmarkt. (Launspach, 2019)

In zowel het HBO als in het WO is in de jaargangen 2018-2019 bedrijfskunde de meest gekozen afstudeerrichting. Een combinatie van een hoog eisenpakket, een generalistische studie en veel afstuderende in de zelfde richting kan young professionals het erg moeilijk maken bij de zoektocht naar hun eerste baan. Echter zijn er meerdere richtingen bedrijfskunde bijvoorbeeld bedrijfskunde en agribusiness, hoe zit het met baan zekerheid en het vinden naar een baan bij young professionals in deze specifieke richting? (CBS StatLine, 2021)

1.1 Afbakening en knowledge gap

In de huidige arbeidsmarkt kunnen er problemen zijn met het vinden naar een geschikte baan. Zo kiezen bedrijfskundige studenten voor een generalistische studie, een studie waarmee ze talloze mogelijkheden hebben op de arbeidsmarkt. Studenten die niet goed weten wat ze willen kiezen vaak voor een generalistische studie, dit kan ook een van de redenen zijn dat bedrijfskunde de meest gekozen studie is in Nederland. Het is voor een starter op de agrarische arbeidsmarkt belangrijk dat hij de juiste match vindt.

In Nederland zijn er werving en selectie bureaus (W&S bureaus) die zowel aan de werkgever- als aan de werknemerskant kunnen helpen bij het matchen van werkgevers en werkzoekende. Er is echter nooit onderzoek gedaan naar hoe deze werving en selectie bureaus, de starters op de arbeidsmarkt uit de studies agrarische bedrijfskunde kunnen ondersteunen bij de keuze van hun eerste baan.

Dit onderzoek vindt plaats onder studenten van de studies agrarische bedrijfskunde aan de 4 groene hbo scholen in Nederland (Aeres Hogeschool, VHL, HAS Hogeschool, InHolland Hogeschool). Hierbij zal er ingegaan worden op wat de behoeften zijn voor deze studenten in de zoektocht naar hun eerste functie.

In de onderstaande tabel is de afbakening duidelijk in beeld gebracht.

Tabel 1 Proces tot hoofdvraag

Proces van onderwerp tot (afgebakende) hoofdvraag	
Deelonderwerp	Starters op de agrarische arbeidsmarkt
Plaats toevoegen	Starters op de agrarische arbeidsmarkt die studeren aan een agrarische hogeschool in Nederland.
Relatie toevoegen	Hoe kunnen W&S bureaus in Nederland starters op de agrarische arbeidsmarkt, die studeren/studeerden aan een agrarische hogeschool in Nederland ondersteunen bij het vinden van hun eerste baan?
Tijd toevoegen	Hoe kunnen W&S bureaus in Nederland starters op de agrarische arbeidsmarkt, die studeren/studeerden aan een agrarische hogeschool in Nederland in de afgelopen 3 jaar ondersteunen bij het vinden van hun eerste baan?
Uiteindelijke hoofdvraag	Hoe kunnen W&S bureaus in Nederland starters op de agrarische arbeidsmarkt, die in de afgelopen 3 jaar studeren/studeerden aan een agrarische

In de volgende hoofdstukken is te lezen hoe er tot deze afbakening is gekomen.

1.2 Young professionals in de generatie Y en Z

In dit hoofdstuk wordt weergegeven wat volgens de literatuur een young professional is. Wanneer er gezocht wordt in de Nederlandse woordenboeken is er geen definitie te vinden van een young professional. Toch is het een begrip wat internationaal wél veel gebruikt wordt, doordat het in Nederland een begrip is wat nog niet lang gebruikt wordt zijn er diverse organisaties die er hun eigen interpretatie aan hebben gegeven.

Als we de term young professional gaan definiëren en de letterlijke betekenis nemen spreken we over “een jong persoon die professioneel werkt” daarom omschrijven ze de term young professional meestal als jonge hoger opgeleide medewerkers die hun studie hebben afgerond. Meestal zijn dit jonge starters die in hun eerste, tweede of derde stap van hun carrière zitten.

De huidige generatie young professionals zijn geboren tussen 1985 en 2000, hiermee zitten ze op de grens tussen twee generaties Generatie Y (Millennials) en Generatie Z (Bewuste Generatie). (Peacock your talent, 2020)

Generatie Y (Millennials) is de generatie die op dit momenten volop aan het werk is, het is de generatie die geboren is tussen 1986 en 2003. Op de werkvloer worden deze generaties steeds belangrijker, ze nemen dan ook steeds meer belangrijke rollen in op de werkvloer. Zo worden ze steeds vaker benoemd tot leidinggevende of krijgen een andere belangrijke rol. De generatie Y wordt omschreven als een zelfverzekerde en ambitieuze generatie, verder zijn ze kritisch, hebben een duidelijke en uitgesproken mening en zijn digitaal vaardig. Ook wordt er gezegd dat deze generatie vaak lui is en zich overal erg gemakkelijk van af maken, ze zetten zich niet vol in en stellen wel veel eisen. De generatie Y is een generatie die makkelijk van baan wisselt, ze verlaten een organisatie sneller als zich een betere kans voordoet. Tenminste zo wordt dit ervaren door oudere generaties. Dat deze generatie door ouderen gezien wordt als lui en zich er gemakkelijk vanaf brengen kan komen doordat ze minder snel een vast contract krijgen. (Smit-Cornelder, 2019)

Generatie Z (Centennials) onderzoekers zijn het nog niet helemaal eens over de benaming en de geboortejaren van de Z generatie, zo zijn er veel verschillende benamingen. Globaal wordt gesproken over de geboortejaren 1995 tot 2005. De generatie Z is momenteel bezig met zich naar de werkvloer te bewegen, de meest mensen die de komende jaren afstuderen vallen onder de Z generatie.

De Z generatie kenmerkt zich door hun opgroei in de 24 uren economie, zo zijn ze opgegroeid in een economie waar overal genoeg van was en wanneer het er niet was dan was het wel te koop. Er zijn in deze generatie geen beperkingen, er wordt door deze generatie geleefd met het gevoel dat problemen wel zullen worden opgelost door hun ouders of de overheid. De Z generatie heeft veel vertrouwen in de toekomst, en ze zijn opgegroeid in een vertrouwde omgeving. Door deze veilige opvoeding hebben ze vertrouwen in de toekomst, en een beeld dat ze hun dromen en droombaan kunnen realiseren. Maar door de vele keuzes die ze moeten maken hebben ze last van keuze stress, maar ook door de vele informatie die online beschikbaar is hebben ze moeite met het maken van keuzes.

De Z generatie is erg gericht op persoonlijke ontwikkeling, ze willen zichzelf blijven ontwikkelen. Voor bedrijven is dit belangrijk om rekening mee te houden, kan een organisatie dit niet bieden zullen ze al sneller over gaan naar een organisatie waar dit wel kan. Dit komt overeen met de Y generatie, deze willen ruimte voor ontplooiing en een transparante werkomgeving. (Smit-Cornelder, 2019)

Een young professional wordt vaak verward met de Engelse benaming YUP, (young urban professional). Echter is de definitie van YUPPER toch anders, namelijk;

“Coined in the 1980s, the term yuppie was used as a derogatory title for young business people who were considered arrogant, undeservedly wealthy, and obnoxious. Yuppies were often associated with wearing high fashion clothing, driving BMWs, and gloating about their successes. The term has become less of a stereotype and now promotes the image of an affluent professional.

Yuppies tend to be educated with high-paying jobs, and they live in or near large cities. Some typical industries associated with yuppies include finance, tech, academia, and many areas in the arts, especially those associated with liberal thinking and style.”

Geciteerd van (Halton, 2019)

Een yup betreft dus hoogopgeleide jongeren met een goede baan die dit ook uitstralen. Ze hebben vaak een materialistische instelling en uiten dit vaak door bijvoorbeeld het rijden van grote auto's en dragen van dure merkkleding.

1.3 Afstudeerders

In studiejaar 2018/2019 studeerden er 2.508 studenten af aan een HBO-associate degree studie, hiervan studeerden 43 studenten af in de richting landbouw. Hiervan waren 35 mannen en 8 vrouwen. In het HBO bachelor onderwijs studeerden in het studiejaar 2018/2019 totaal 68.001 studenten af, waarvan 594 studenten een studie volgden in de richting landbouw. Bij de landbouwgerichte studie zijn er meer mannelijke afstudeerders dan vrouwelijke terwijl dit landelijk bij het gehele HBO andersom is. In het WO studeren er in collegejaar 2018-2019 36.382 studenten af aan een bachelor studie en 45.665 aan een master studie. Van de WO studenten volgden er in de bachelor 117 een landbouw gerelateerde studie en bij de master studenten 346 studenten. (CBS StatLine, 2021)

Van de afgestudeerden in het HBO was bedrijfskunde de populairste studie, bijna 16.000 studenten hebben een diploma in de richting bedrijfskunde en administratie behaald. Dat is iets minder dan een kwart van alle afgestudeerden. Van deze afgestudeerden was 60 procent man. Gevolgd door een studie in het onderwijs, ruim 14 procent van alle afgestudeerden haalde een diploma in het onderwijs. Ongeveer driekwart hiervan was vrouw.

In het WO is net als in het HBO bedrijfskunde de populairste afstudeerrichting. Van de 46 duizend afstuderende, behaalden 10 duizend een master diploma in de richting bedrijfskunde. Net als in het HBO is dit iets minder dan een kwart. Wel is in het WO de man vrouw verdeling iets gelijkjer, zo is in het WO 54 procent man. (CBS, 2020)

1.4 Bedrijfskunde student

1.4.1 Definitie bedrijfskunde student

Een bedrijfskunde student wordt opgeleid tot een bedrijfskundige, een bedrijfskundige is een innovator. De bedrijfskundigen zijn in staat om bestaande kennis te vertalen naar specifieke situaties, en hierop de innovatie toe te passen. Doordat een bedrijfskundige breed opgeleid is kunnen ze bruggen bouwen tussen verschillende vakgebieden, structuren, mensen en technologische processen. Dit wordt ook wel “boundary crossing” genoemd. Door de kennis van bedrijfskundigen wordt er in een organisatie voor gezorgd dat de samenwerkingen daadwerkelijk productief zijn, ze zien wanneer er grenzen nodig zijn en wanneer deze moeten worden bijgesteld. De bedrijfskundigen zijn als het ware de spin in het web. (Landelijk Opleidingsoverleg Bedrijfskunde (LOOBK), 2018)

Een bedrijfskundig professional heeft 2 basisrollen waar hij tussen zal moeten schakelen, dit zijn:

- **Ontwerper;** als ontwerper kan de bedrijfskundige alle interne en externe processen van de organisatie analyseren, verbeteren en borgen. Dit kan hij doen door ontwikkelingen en trends in de sector te koppelen met de huidige fase waarin een organisatie zit. Dit zorgt er voor dat de organisatie hun bestaansrecht veiligstellen en hun positie in de markt en maatschappij vasthouden of verbeteren.
- **Veranderaar;** als veranderaar kan de bedrijfskundige de organisatie ondersteunen in de ontwikkeling van de medewerkers en de organisatie bij veranderingen. De bedrijfskundige maakt co-creatie

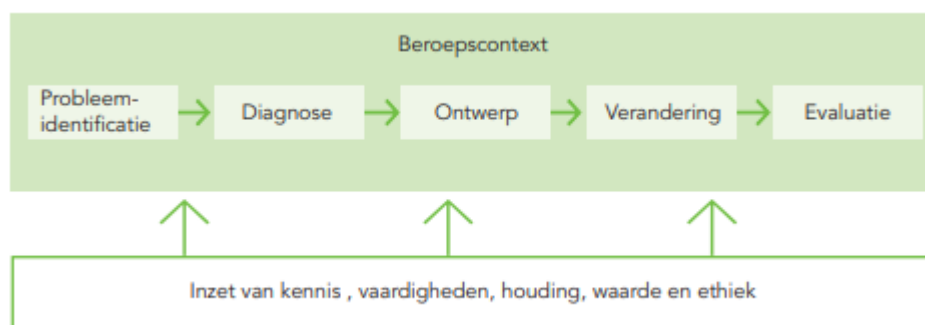
mogelijk in de organisatie, dit door de verbinding te leggen tussen vakgebieden, structuren, mensen en processen.

(Landelijk Opleidingsoverleg Bedrijfskunde (LOOBK), 2018)

1.4.2 Bedrijfskundig handelen

Wanneer bedrijfskunde in de praktijk wordt uitgeoefend staat het verbeteren van de bedrijfsvoering centraal. Bedrijfskundigen worden generalistisch opgeleid, wordt ze dingen geleerd op functioneel gebied (personeel, financieel, marketing, logistiek, productie) maar ook in algemener gebied (algemeen management vaardigheden, informatievoorziening en onderzoek). Bij bedrijfskundig handelen zijn er altijd aspecten van onderzoek betrokken, zo kan de bedrijfskundige zelf onderzoek doen. Ook kan de bedrijfskundige resultaten van onderzoeken gebruiken wanneer hij een bedrijfskundige handeling verricht. Enkel het geen wat hier gelijk aan is, is dat er antwoorden worden gezocht op vragen die er zijn. Met deze antwoorden kan een bedrijfskundige weer verdere verbeteringen in een organisatie of proces doorvoeren. (Leeuw, 2005)

Door de generalistische richting is een bedrijfskundige handeling voor iedere bedrijfskundige anders, zo is de uitvoering van iedere opdracht wisselend. Het verschil in de opdracht en de manier van aanpak is afhankelijk van het werkgebied waarin de bedrijfskundige werkt. Maar ook de context waarin een bedrijfskundige werkt geeft een karakter aan de manier van zijn/haar handelen. De handelingen binnen een bedrijfskundig proces worden uitgevoerd aan hand van de bedrijfskundige handelingscyclus (zie figuur 1), deze is afgeleid uit de regulatieve cyclus van Van Strien (1986). Evaluaties vinden niet alleen plaats aan het eind, maar ook tussendoor om het proces zo steeds sneller te kunnen laten gaan, en dus ook sneller te kunnen schakelen. Doordat de bedrijfskundige zijn eigen drijfveren en kwaliteiten met de praktijk verbind geeft hij resultaat- en oplossingsgericht vorm aan de handelingscyclus. (Landelijk Opleidingsoverleg Bedrijfskunde (LOOBK), 2018)



Figuur 1 Bedrijfskundige handelingscyclus. (Landelijk Opleidingsoverleg Bedrijfskunde (LOOBK), 2018)

1.4.3 Cijfers en trends

In Nederland zijn er 28 opleidingen (algemeen) bedrijfskunde, deze studie staat omschreven als een studie waar studenten bezig gaan met productiemarketing, verkoop en financiële administratie. Bij de studie bedrijfskunde wordt je opgeleid tot een allround bedrijfskundige. In principe dus een erg generalistische studie, de meest gekozen beroepen die met deze studie gedaan worden zijn dan ook erg divers, namelijk:

Administratief medewerkers, algemeen.....	12%
Zakelijke dienstverleners.....	10%
Bedrijfskundigen en organisatieadviseurs.....	5%
Systeemanalisten en ICT-adviseurs.....	5%
Overheidsambtenaren.....	4%

(Studiekeuze123, sd)

1.5 Agrarische bedrijfskunde student

1.5.1 Definitie agrarische bedrijfskunde student

De studie bedrijfskunde en agribusiness is een speciale studie in het bedrijfskundig hoger onderwijs. De studie is gericht op de nationale en internationale agri- en foodsector. Met de hele agri- en foodsector wordt bedoeld de gehele keten, van begin tot eindproduct en alle ondersteunende schakels. Om de studenten op te leiden tot beroepsprofessionals hebben de 4 HAO's van Nederland gezamenlijk een opleidingsprofiel

opgesteld. In het opleidingsprofiel hebben ze 10 eindkwalificaties omschreven, dit is waar een agrarische bedrijfskunde student aan moet voldoen bij het afstuderen aan de studie. De eind kwalificaties zoals omschreven in het opleidingsprofiel zijn:

A. Domeinkwalificaties m.b.t. de agri-foodbusiness:

1. de afgestudeerde weet wat er speelt in de sector,
2. hij kan dit vertalen naar een visie en strategie voor een bedrijf in die sector,
3. op basis hiervan kan hij een ondernemende en innovatieve bijdrage leveren aan de verdere ontwikkeling van de agri-foodbusiness,
4. en hij kan door analyse en onderzoek mee richting geven aan de onderbouwing van dergelijke innovaties.

B. Algemene managementkwalificaties:

5. de afgestudeerde beschikt over de nodige management skills,
6. hij kan in een brede context beroepsmatig samenwerken en communiceren, en
7. daarbij inhoud en richting geven aan zijn eigen professionaliteit.

C. Functiespecifieke bedrijfskundige kwalificaties:

8. de afgestudeerde is vakkundig op het gebied van financiën en advisering,
9. logistieke optimalisatie en kwaliteitsbewaking, en
10. agri-foodmarketing.

(CAH Vilentum, HAS hogeschool, Van Hall Larenstein, InHolland, 2013)

Als bedrijfskundige is innoveren een belangrijk onderdeel, maar om te innoveren moet je als bedrijfskunde wel op de hoogte zijn van de trends en ontwikkelingen in de sector. In het beroepenveld van de agrarische bedrijfskundige zijn er 3 voornaamste trends waar een agrarisch bedrijfskundige van op de hoogte moet zijn. Deze 3 trends zijn ook opgenomen in het opleidingsprofiel. Namelijk:

1. Biobased Economy is een economie waar reststromen uit de landbouw en voedselindustrie worden her gebruikt als vervanging van bepaalde materialen, chemicaliën, brandstoffen of energie. Een Biobased Economie biedt kansen voor het bedrijfsleven. Gezien de sterke agro-logistieke positie van Nederland heeft Nederland een sterke positie in de ontwikkeling van een Biobased Economy. Vandaar dat het belangrijk is dat een bedrijfskunde student, die in de toekomst bedrijven kan ondersteunen bij ontwikkelingen ook tijdens zijn studie al op de hoogte wordt gebracht van de ontwikkelingen mbt. een Biobased Economy.
2. Eerlijke ketens is een onderdeel van duurzame ontwikkeling, bedrijven, medewerkers en organisaties die bijdragen aan een eerlijke keten ondersteunen en werken mee aan het versterken van een duurzamer bedrijfsleven. Ook het onderwijs draagt bij aan een eerlijkere keten, door studenten op te leiden en kennis te geven van eerlijke handel kan dit in de toekomst helpen tot een verhoogde markttoegang, een hogere omzet, maar ook ondersteuning van producenten. Studenten met deze kennis kunnen dus een enorme meerwaarde zijn voor een organisatie die toekomstbestendig wil zijn in de agro-foodsector.
3. Maatschappij & Samenleving zijn een belangrijk onderdeel geworden van ondernemen, er wordt niet meer alleen gekeken naar de financiële positie en resultaten van ondernemers. Maar tegenwoordig wordt er steeds meer gekeken naar de maatschappelijke betrokkenheid van ondernemers. Maar ook wanneer er maatschappelijke problemen optreden, voorheen werden deze allen door de overheid opgelost. Tegenwoordig hebben ondernemers en burgers steeds meer invloed op het oplossen van maatschappelijke problemen. De samenwerking tussen maatschappij, agri-foodbusiness en overheid geeft de ruimte tot co-creatie, hier wordt een student agrarische bedrijfskunde dan ook tot opgeleid.

(CAH Vilentum, HAS hogeschool, Van Hall Larenstein, InHolland, 2013)

1.5.2 Cijfers en trends

Wanneer een student uit een specifieke sector, bijvoorbeeld de agrarische sector komt kan de student kiezen voor de studie bedrijfskunde en agribusiness. In de studie bedrijfskunde en agribusiness krijgen studenten te maken met bedrijfskunde en met onderwerpen over plant, dier en voedsel. Daarnaast leren de studenten internationale contacten onderhouden en doen ze kennis op van bijvoorbeeld bedrijfseconomie, kwaliteitskunde, logistiek, informatica, marketing, recht en communicatie- en organisatiekunde. De studie

bedrijfskunde en agribusiness is een erg generalistische studie met talloze mogelijkheden voor op de arbeidsmarkt. De top 5 functies die met deze studie gedaan worden zijn dan ook divers namelijk:

Zakelijke dienstverleners.....	10%
Administratief medewerkers, algemeen.....	9%
Boekhouders, financieel administrateurs en assistent accountants.....	8%
Vakspecialisten landbouw.....	7%
Vertegenwoordigers, accountmanagers retail en exportmanagers.....	6%

(Studiekeuze123, sd)

1.6 Arbeidsmarkt

In het jaar 2021 zal het aantal banen in Nederland 10,6 miljoen zijn. De verwachting is dat het aantal banen daalt met 189 duizend. Veel banen die verdwijnen zijn te wijten aan de door coronabepaalde maatregelen. Met als koploper zijn de meeste banen verloren gegaan in de flexibele sectoren, zo zijn er 76 duizend banen verdwenen bij uitzendbureaus. Maar ook de horeca en industrie hebben harde klappen gemaakt in de arbeidsmarkt, zo zijn er in de horeca 59 duizend banen verloren gegaan en in de industrie 39 duizend banen. De afgelopen jaren zijn er ook sectoren geweest die het beter hebben gedaan. Zo is het aantal banen in de gezondheidszorg gestegen met 65 duizend banen, in het openbaarbestuur met 22 duizend banen en in de informatie en communicatie sector met 21 duizend banen. (S. Wagenaar, 2021)

De prognose is dat de daling in het aantal banen zal doorgetrokken worden in 2021, een klap in de economie is namelijk pas op langere termijn te zien in het aantal arbeidsplaatsen. In 2021 zullen er 103 duizend banen verdwijnen tegenover 86 duizend in 2020. Er zijn in 2020 veel arbeidsplaatsen behouden gebleven door de steunmaatregelen van de overheid. In totaal zal het aantal banen dalen met 189 duizend, waarmee het aantal banen op 10,6 miljoen zal uitkomen in 2021, dit is gelijk aan het aantal banen in 2018. De cijfers gaan zowel over werknemers als over zelfstandigen. De prognose is af te lezen in tabel 1.

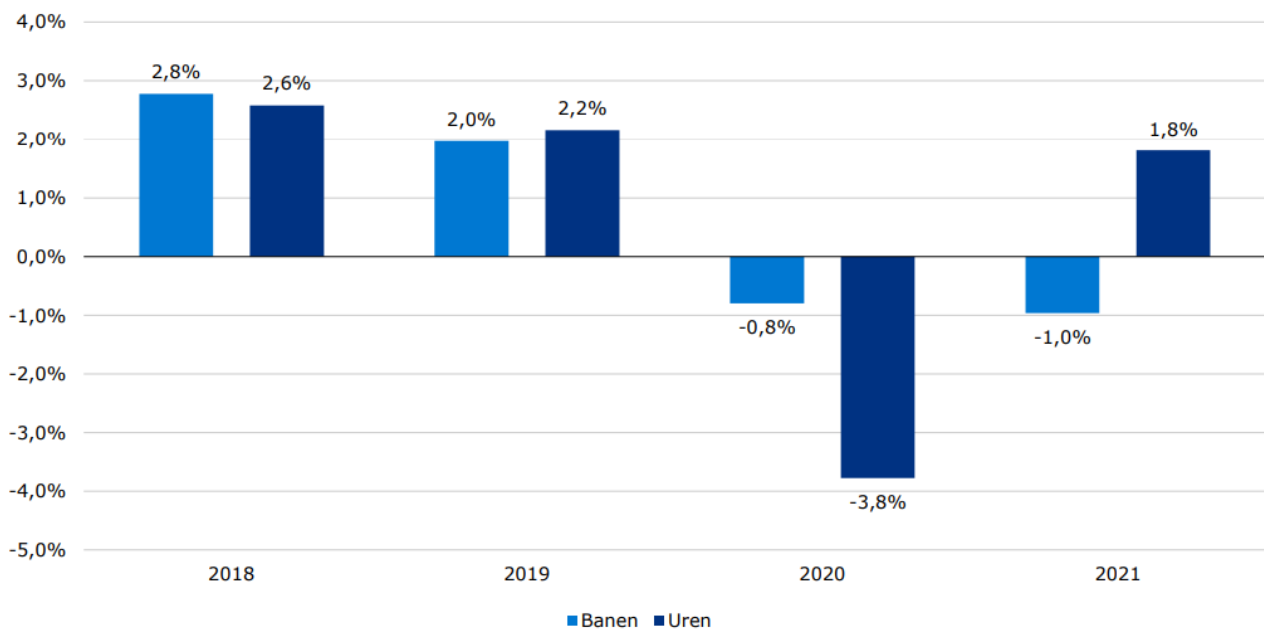
Tabel 2 Cijfers arbeidsmarktprognose 2021 uren en banen (S. Wagenaar, 2021)

Realisatie 2018-2019, prognose 2020-2021

	Jaargemiddelde					Mutatie (abs.)		Mutatie (perc.)	
	2017	2018	2019	2020	2021	2017-2019	2019-2021	2017-2019	2019-2021
Groeipercentage bbp	2,9%	2,4%	1,7%	-4,2%	2,8%				
Banen (x 1.000)	10.281	10.566	10.773	10.687	10.584	492	-189	4,8%	-1,8%
Uren (x 1 mln)	13.157	13.496	13.787	13.266	13.505	630	-282	4,8%	-2,0%

De impact van de crisis is groter in het aantal gewerkte uren dan in het aantal arbeidsplaatsen, door de maatregelen wordt er in de getroffen sectoren minder gewerkt waardoor het aantal uren ook daalt. In 2020 daalde het aantal gewerkte uren met 3,8%, de verwachting is dat dit in 2021 weer zal gaan stijgen met 1,8% wat af te leiden is aan de verwachting van de economische groei. De verwachtende stijging is in de meeste getroffen sectoren wel afhankelijk van de maatregelen die naar waarschijnlijkheid in geleidelijke mate zullen worden opgeheven. Ook is het afhankelijk van de volgorde waarin de maatregelen worden opgeheven. In figuur 1 is de procentuele verandering af te lezen. (S. Wagenaar, 2021)

Realisatie 2018-2019, prognose 2020-2021



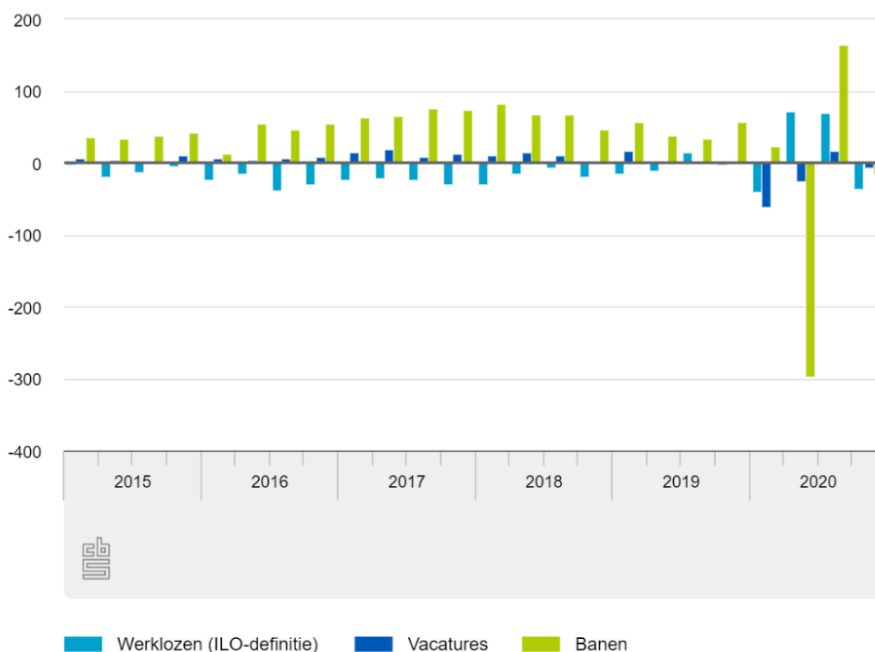
Figuur 2 procentuele verandering aantal uren en banen (S. Wagenaar, 2021)

Op langere termijn is er te zien dat er aantal economisch goede jaren zijn geweest, dit is ook te zien in tabel 1. Er is in de jaren 2017, 2018 en 2019 een stijging te zien van de BBP wat leidt tot een groei van onze economische positie. Door de corona crisis is de economie gekrompen.

Mede door de economische positie van Nederland was er tot de uitbraak van corona ieder kwartaal een stijging van het aantal banen en vacatures te zien, met als resultaat dat het aantal werklozen daalde. In het eerste kwartaal van 2020 daalde het aantal vacatures door de onzekerheid, maar in het 2^e kwartaal daalde ook het aantal banen enorm. In het derde kwartaal werd dit redelijk gecorrigeerd maar door de nieuwe maatregelen werd ook in het 4^e kwartaal een daling van het aantal banen en vacatures ingezet. (figuur 3) (CBS, 2021)

Ontwikkeling arbeidsmarkt, seizoengecorrigeerd

verandering t.o.v. een kwartaal eerder, x 1 000



Figuur 3 ontwikkelingen arbeidsmarkt. (CBS, 2021)

1.7 Agrarische arbeidsmarkt

Het bestuur van Colland Arbeidsmarkt maakt twee jaarlijks een rapport over de agrarische arbeidsmarkt, in dit hoofdstuk zullen de highlights en de meest relevante aspecten van dit rapport te lezen zijn.

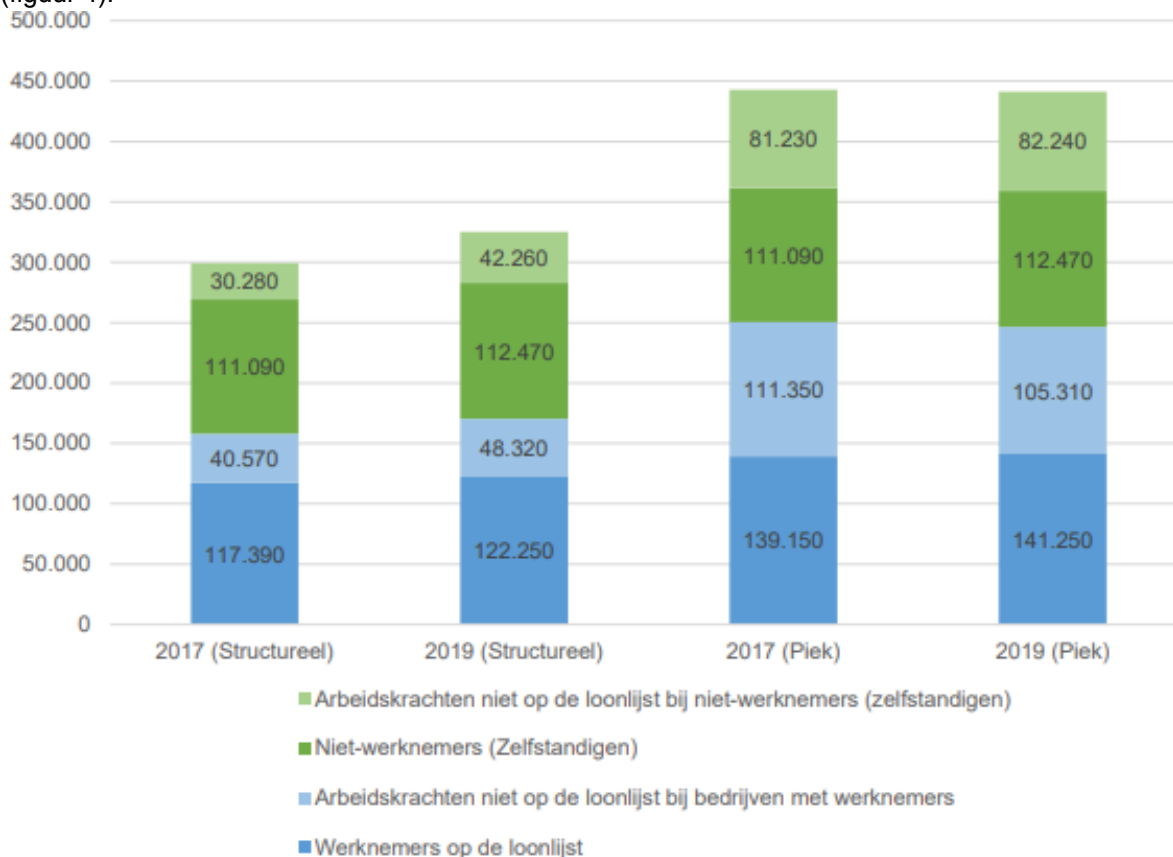
1.7.1 Arbeidskrachten

In het einde van 2019 waren er in totaal 14.200 bedrijven actief in de agrarische sector, dit is breed omschreven zo zijn dit alle bedrijven die actief zijn in deze sector. Vanaf 2015 zien we jaarlijks een stijging van gemiddeld 1% met in 2019 een lichte daling van 0,5%.

De agrarische sector is een sector die bekend staat om het seizoenswerk, zo zijn er door de natuurlijke omstandigheden periodes waarin het drukker is zoals de zomerperiode en de oogstperiode. Door deze wisselingen heeft dit ook gevolgen in het arbeidsvolume, zo zijn in de meeste agrarische sectoren het aantal arbeidskrachten in de wintermaanden het laagst. In totaal was de agrarische arbeidsmarkt in 2019 goed voor 325.000 arbeidskrachten, hiervan stonden er 171.000 arbeidskrachten (53%) in loondienst bij de 14.200 agrarische bedrijven die actief zijn in deze sector. De anderen zijn zelfstandigen of arbeidskrachten die bij andere bedrijven op de loonlijst staan, deze lenen hun medewerkers uit aan bedrijven in de agrarische sector. 31 Procent van de medewerkers die in de agrarische sector op de loonlijst staan hebben een contract voor bepaalde tijd. Wanneer dit wordt samengevoegd met de medewerkers die bij derden op de loonlijst staan, betekend het dat er een flexibele schil is van 128.000 medewerkers of ook wel 39 procent.

In de zomer maanden is het arbeidsvolume het grootst in de sector, het aantal arbeidskrachten ligt in de zomer 36 procent hoger dan in de winter. In de zomer heeft 33 procent van de medewerkers een contract voor bepaalde tijd. (Grotenhuis, 2020)

In de jaren tussen 2017 en 2019 is het gehele arbeidsvolume in de sector gestegen, daarentegen is de arbeidsvolume in de piek periodes nagenoeg gelijk gebleven. Dit is af te lezen in de onderstaande grafiek (figuur 4).

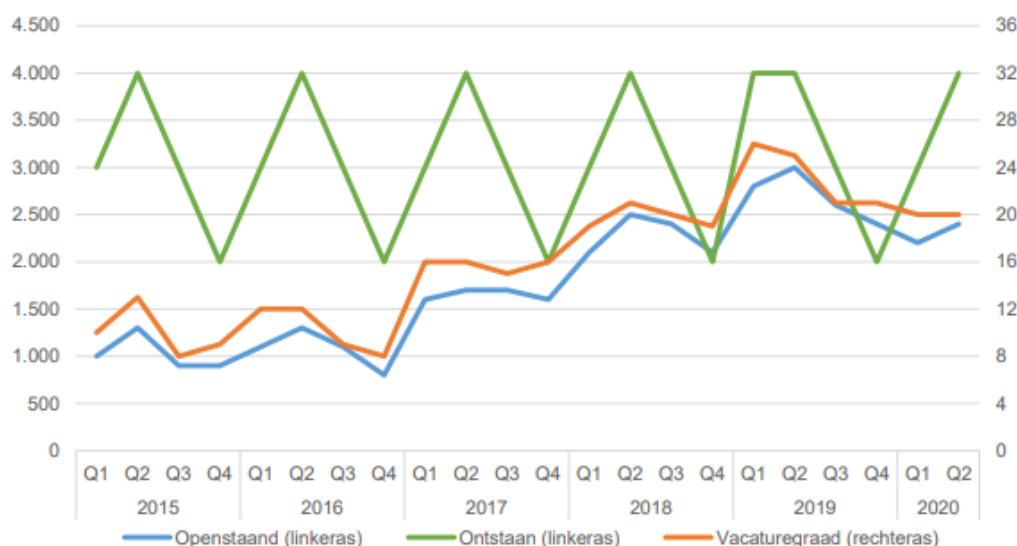


Figuur 4 Aantal arbeidskrachten structureel en tijdens de piekperiode werkzaam bij bedrijven met werknemers en bij niet-werknemers (Grotenhuis, 2020)

1.7.2 Vacatures

Het aantal vacatures in de agrarische sector was in 2019 17.650 aantal vacatures, het grootste aandeel hiervan was met 27% voor oogstmedewerker. Maar ook voor productiemedewerker (16%) en hovenier (11%) stonden veel vacatures open.

Opvallend is dat het aantal vacatures in het tweede kwartaal het hoogste is en in het vierde kwartaal het laagste, dit sluit aan bij het seizoenseffect wat ook terug is te zien in het aantal medewerkers in hoofdstuk 1.6.1. Ook is te zien dat het aantal vacatures de laatste jaren jaarlijks stijgt, enkel in de eerste kwartalen van 2020 was een daling te zien ten opzichte van de vorige periodes. (zie figuur 5) (Grotenhuis, 2020)



Figuur 5 Aantal openstaande en ontstane vacatures en vacaturegraad per kwartaal in de landbouw, bosbouw. (Grotenhuis, 2020)

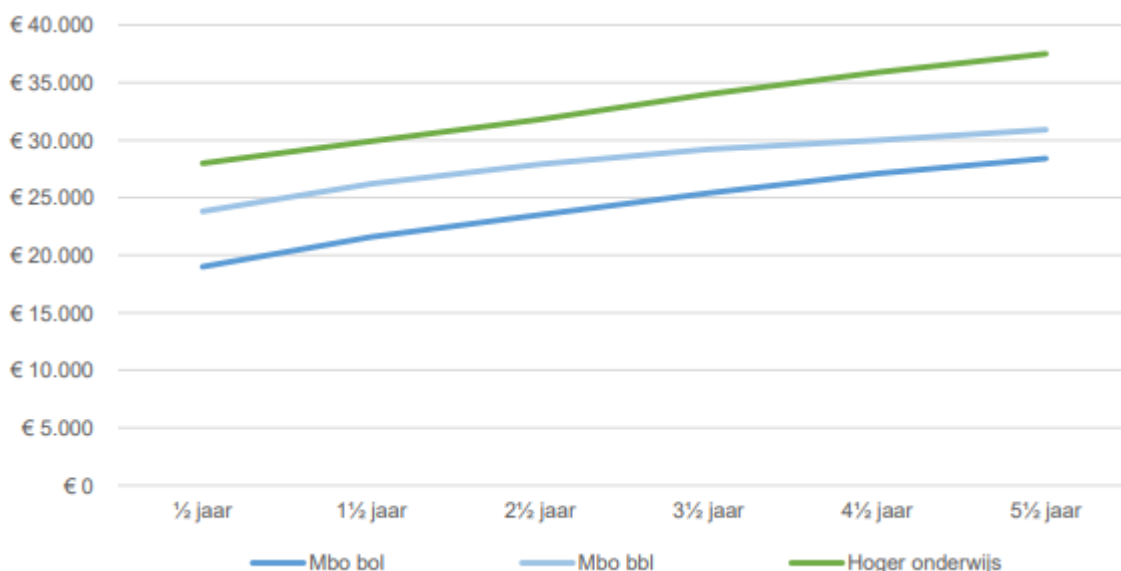
1.7.3 Aansluiting onderwijs arbeidsmarkt

In het collegejaar '19- '20 volgden 17.400 studenten een groene of agrarische gerelateerde MBO-opleiding. In het HBO en wo volgden in het collegejaar '19-'20 8.000 studenten een studie gericht op de agrarische of groene sector. Dit is een stijging van 5,1% ten opzichte van collegejaar '15-'16. Het aantal gediplomeerden lag in collegejaar '18-'19 op 1400 en dit is een stijging van 15,1 procent ten opzichte van collegejaar '15-'16. Wanneer dit vergeleken wordt met het totale HBO onderwijs is er te zien dat het aantal studenten ten opzichte van het gehele HBO onderwijs in het groene onderwijs daalt. Dit komt doordat in het gehele HBO het aantal studenten stijgt, echter blijft dit in het groene onderwijs relatief gelijk. Ook is er te zien dat het aantal agrarische studies in het hoger onderwijs vooral HBO studies zijn, terwijl de groei van het hoger onderwijs vooral bij universitaire studies ligt.

(Grotenhuis, 2020)

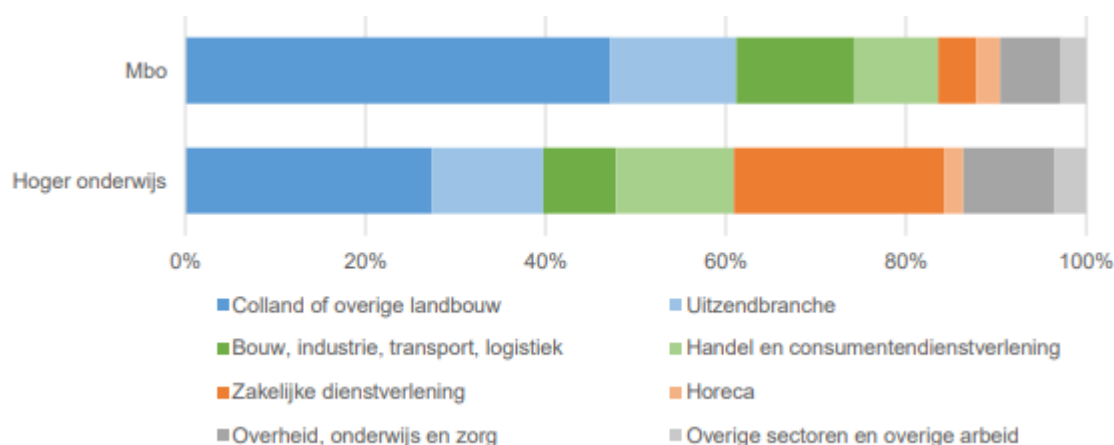
Van de MBO-studenten heeft 69% na hun studie binnen een halfjaar een baan van minimaal 12 uur, ook volgt 1 op de 3 nog een vervolgstudie. In het hoger onderwijs heeft 61% na het afronden van de studie binnen een halfjaar een baan van minimaal 12 uur. Van de gediplomeerden in het hoger onderwijs volgt 1 op de 10 nog een vervolgopleiding. Binnen het MBO 11% en binnen het HBO 19 procent van de studenten hebben een halfjaar na hun studie nog geen baan en vervolgopleiding van minimaal 12 uur per week. Ten opzichte van andere studies in het middelbaar en hoger onderwijs is dit hoog. (Grotenhuis, 2020)

In het MBO wordt er gewerkt met verschillende niveaus, hierin is zowel verschil bij instroom als uitstroom. In het start salaris is hier dan ook duidelijk verschil te zien, zo start een niveau 3 en 4 student gemiddeld met een salaris van 21.100 euro bruto op jaar basis. Bij een niveau 1 en 2 student ligt dat gemiddeld 25% lager. Dat er van een HBO student meer verwacht wordt is ook te zien in het start salaris, dit ligt een stuk hoger dan een student met een MBO diploma. Zo ligt het gemiddelde start salaris van een HBO student gemiddeld 28.000 euro bruto per jaar. Maar ook in het hoger onderwijs zijn verschillen te zien, zo is het als bachelor student aan te raden nog een master studie te doen. Als student met een master diploma ligt het salaris gemiddeld 15% hoger dan iemand met een bachelor diploma. Dit is ook terug te zien in figuur 6 (Grotenhuis, 2020)



Figuur 6 Gemiddeld bruto inkomen op basis van een voltijdsbaan van gediplomeerden per leerweg (Grotenhuis, 2020)

Niet alle studenten die een agrarische studie hebben afgerond gaan werken in deze sector, in het HBO gaan veel studenten werken in de zakelijke dienstverlening, maar een groot deel zal ook nog werkzaam zijn in de agrarische sector. Het werkzaam zijn in de sector kan zowel direct als indirect via een uitlenersconstructie bij bijvoorbeeld een uitzendbureau of op basis van een detacheringsovereenkomst. In het MBO ligt het iets anders, zo werkt 24 procent na hun studie bij een uitzendbureau, veel zullen via hen nog aan het werk zijn in de sector. In figuur 7 is te zien hoe de verdeling is tussen het MBO en het HBO. (Grotenhuis, 2020)



Figuur 7 verdeling gediplomeerden per arbeidsmarkt sector, ½ jaar na diplomering per onderwijstype. (Grotenhuis, 2020)

1.8 Werving en selectie

Regelmatig komt het bij organisaties voor dat er een vacature open komt te staan, dit kan komen door verschillende omstandigheden, namelijk uitbereiding van de organisatie of het vertrek van een medewerker.

Het openzetten van de vacature is ook meteen de start van het werving en selectie proces, onder werving en selectie wordt meestal verstaan “het plaatsen van een vacature en het voeren van een gesprek” echter ligt het niet zo eenvoudig. De keuzes die gemaakt worden in dit proces zijn van belang in de gehele bedrijfsvoering, wanneer er een verkeerde keuze wordt gemaakt kan deze medewerker in de weg gaan zitten in de organisatie, hij kan z’n werkzaamheden verkeerd gaan uitvoeren of hij is snel weer vertrokken waardoor het personeelsverloop verhoogt.

Het werving en selectie proces is de onderscheiden in 4 fases, in de *voorbereidingsfase* wordt de vraag uit de organisatie en het functie- en persoonsprofiel opgesteld. Ook wordt in de voorbereidingsfase bepaald of de persoon intern of extern geworven zal gaan worden. Dit houdt in dat de nieuwe medewerker intern een nieuwe functie zal krijgen of dat er een nieuwe medewerker buiten het bedrijf gehaald zal gaan worden. In

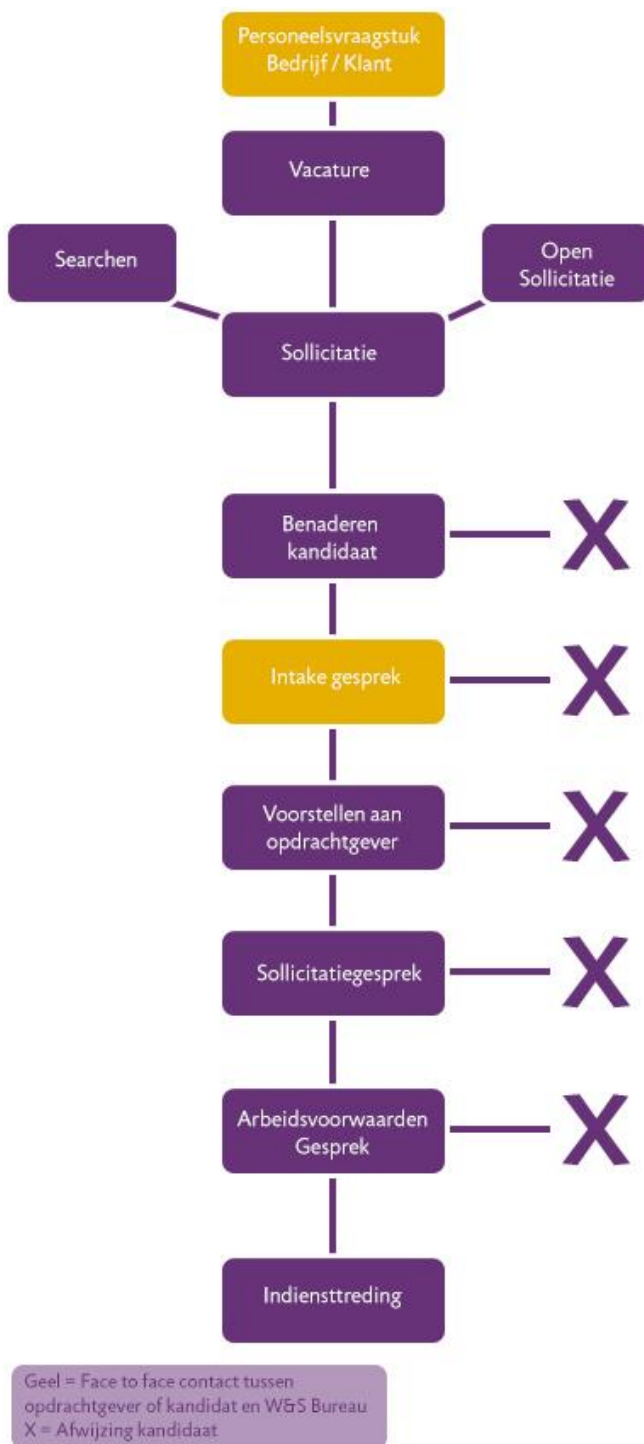
deze fase kan er voor gekozen worden om het wervings- en selectie proces uit te besteden aan een gespecialiseerd bedrijf. In de *wervingsfase* zal de doelgroep en de locatie van de doelgroep bepaald worden, ook wordt er in deze periode de wervingsboodschap bepaald worden. In de *sollicitatiefase* wordt informatie uitgewisseld met de betrokken kandidaten, het is belangrijk dat de kandidaat en zijn ambities, vaardigheden en kennis zo goed mogelijk bij de organisatie en de functie passen. Daarom is het belangrijk om in deze fase zo goed mogelijk de informatie met de kandidaten te delen, zowel van de werkgever als van de werknemers zijde. In de laatste of ook wel de *selectiefase* worden de kandidaten geselecteerd, hierbij wordt gekeken naar de informatie uit de wervingsfase. Er wordt gekeken of de ambities, vaardigheden en kennis goed bij de organisatie en functie passen, aan de hand hiervan wordt de meest geschikte persoon aangenomen of worden er onderhandelingen mee gevoerd. (Biemans, 2014)

Een bedrijf kan de keuze maken om het W&S proces uit te besteden, de redenen of ook wel de gronden waarom een organisatie voor een W&S bureau zal kiezen kunnen variëren, de keuze om voor een W&S bureau te kiezen kan ook bestaan uit meerdere gronden.

- *Technisch-functionele gronden* kunnen gerelateerd zijn aan de inhoud van de werving en selectie, dit zouden problemen kunnen zijn met het interne werving en selectie proces, een organisatie kan er dan voor kiezen om gebruik te maken van een W&S-bureau.
- *Financieel-economische gronden* zijn gerelateerd aan zowel de kosten als de doorlooptijd van het W&S-proces. Wanneer een organisatie beperkingen ziet in het eigen personeel en hoge noodzaak heeft bij investeren in het W&S-proces kan een organisatie ervoor kiezen om het proces uit te besteden aan een gespecialiseerd bureau, ze kunnen kiezen dit volledig of gedeeltelijk uit te besteden.
- *Maatschappelijke gronden* hebben te maken met de schaarste op de arbeidsmarkt, schaarste zorgt er voor dat de vacatures door de organisatie zelf lastig in te vullen zijn. W&S bureaus beschikken bovendien over meer kennis van de sector en de arbeidsmarkt, maar ook hebben ze het netwerk en een grote database om gebruik van te maken tijdens het wervingsproces.
- *Sociale gronden* hebben te maken met het sociale aspect rondom werving en selectie, de mate waarin een organisatie aandacht besteed aan sociale aspecten heeft een grote invloed op het werving en selectie proces en het uiteindelijke resultaat. De opdrachtgever kan er ook dan voor kiezen om externe hulp in te schakelen.

(Groot, 2004)

Het werving- en selectieproces bij een bureau is weergegeven in de flowchart in afbeelding 8, het proces is opgesteld aan hand van de verkregen informatie bij Aeres Agree. In het geel zijn de face tot face momenten met de kandidaat en de opdrachtgever te zien. Hierin is ook te zien dat de fysieke contactmomenten minimaal zijn.



Figuur 8 W&S proces bij W&S Bureau

Meestal heeft de consultant de eerste keer een kennismakingsgesprek met de organisatie. Hierin leren ze elkaar kennen en maken ze afspraken over de dienstverlening en de daarbij behorende tarieven, dit wordt contractueel vastgelegd. Op basis van de verkregen informatie maakt het W&S bureau een vacature, deze wordt gepubliceerd en bekend gemaakt in de markt.

Kandidaten kunnen op verschillende manieren binnenkomen, dit kan doormiddel van een search opdracht van een recruiter of consultant van het betreffende bureau maar ook via sollicitatie op de vacature of aanmelding via de website. Hier begint ook al de eerste selectie, de op het oog geschikte kandidaten worden benaderd, waarna een fysiek intake gesprek plaatsvindt. Wanneer dit goed uitpakt wordt de kandidaat voorgesteld aan de opdrachtgever, dit kunnen er ook meerdere zijn op een moment. Wanneer de opdrachtgever ook positief kijkt tegenover de kandidaat, kan de opdrachtgever hem of haar uitnodigen voor een sollicitatiegesprek, hieruit volgt een arbeidsvoorwaardengesprek en vervolgens een indiensttreding. Bij iedere schakel kan zowel vanuit de opdrachtgever als de kandidaat besloten worden om niet verder in procedure te gaan.

Er is niet besproken waarom een organisatie een werving- en selectiebureau kan inschakelen, maar ook een werkzoekende kan een werving- en selectiebureau benaderen om te helpen bij het zoeken naar een baan. Een voordeel van het inschakelen van een werving- en selectiebureau kan zijn dat hun netwerk groter is en er ondersteuning verleend kan worden tijdens het gehele sollicitatieproces.

2. Hoofd en deelvragen

Hoofdvraag

Op basis van het literatuuronderzoek is er gekozen voor de hoofdvraag:

Hoe kunnen W&S bureaus in Nederland starters op de agrarische arbeidsmarkt, die in de afgelopen 3 jaar studeren/studeerden aan een agrarische hogeschool in Nederland ondersteunen bij het zoekproces naar hun eerste baan?

Deelvraag

Om de hoofdvraag met een gestructureerd onderzoek te kunnen beantwoorden wordt deze in vier vragen opgedeeld:

- Wat doen de agrarische bedrijfskunde studenten nu al bij de zoektocht naar hun eerste baan?
- Welke baan mogelijkheden zijn er momenteel met hun studie?
- Waarom maken ze de keuze? Wat was hierbij bepalend?
- Hoe kijken afstuderende aan tegen werving en selectie bureaus?

Doelstelling

Het doel van dit onderzoek is om te achterhalen wat het keuzemotief is van een agrarische bedrijfskunde student, waarom maakt hij de keuze voor die eerste baan? En op basis waarvan heeft hij of zij die keuze gemaakt? Maar wat eveneens zo belangrijk is hoe hun zoektocht verlopen is. Hierdoor kunnen recruiters en consultants bij een werving- en selectiebureau beter inspelen op het zoekgedrag van de agrarische bedrijfskunde student.

3. Materiaal en methode

Om de vragen beantwoord te krijgen zal er zowel een kwalitatief als kwantitatief onderzoek gedaan worden, een combinatie hiervan wordt ook wel de mixed methods genoemd. De mixed methods is een combinatie van twee methoden, dit kan zowel door ze te combineren als zijnde een vragenlijst en een interview. Ook is het mogelijk dit uit de voeren door een vragenlijst te combineren met open en gesloten vragen. (Baarda, 2019)

Door kwantitatief onderzoek wordt er doormiddel van een enquête onder studenten veel data binnen gehaald over het keuze motief van een agrarische bedrijfskunde student. Deze enquête zal verdeeld worden onder de 4 agrarische hogescholen in Nederland. Er zal door middel van het netwerk van Aeres Agree contact gelegd worden met teamleiders van de agrarische bedrijfskunde studies bij de hogescholen.

Tijdens de stage bij Aeres Agree zijn er interviews gehouden met agrarische bedrijfskunde studenten, deze informatie wordt gebruikt bij het uitwerken van het vraagstuk. Hieronder zal beschreven worden wat er per deelvraag ondernomen zal worden om tot een antwoord te komen.

Voor het beantwoorden van de deelvragen zal voor een groot deel gebruik worden gemaakt van een enquête onder bedrijfskunde studenten. Deze enquête zal opgesteld worden in Google forms, dit biedt de mogelijkheid de antwoorden gestructureerd te verzamelen en achteraf te coderen.

Het coderen zal gebeuren doormiddel van het door Baarda bekende categoriseren van de data, er zal van ieder belangrijke aspecten een categorie worden gemaakt. Vervolgens zal van iedere categorie worden geanalyseerd wat er over is gezegd. Dit geeft per onderwerp een duidelijk beeld over wat er over is gezegd, en wat er van gevonden wordt. Hieruit kan vervolgens een conclusie worden getrokken. (Baarda, 2019)

1. Wat doen de agrarische bedrijfskunde studenten nu al bij de zoektocht naar hun eerste baan?

Deze deelvraag zal beantwoord worden door online enquêtevragen, hierdoor kan er van veel mensen een antwoord worden verwacht. Dit geeft een realistisch beeld van wat de starters momenteel doen bij de zoektocht naar hun eerste baan. Dit zal een mix worden van open en gesloten vragen, door open vragen kunnen de aspecten aan het licht komen die uit literatuuronderzoek nog niet bekend was geworden. Voor een hoge respons is het wel van belang om een goede uitnodiging te sturen. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van de studieleiders aan de agrarische bedrijfskunde opleidingen in Nederland. Het is belangrijk om in de uitnodiging informatie te geven over het onderzoek en over de lengte van de vragenlijst, deze zal niet te lang moeten zijn maar moet wel genoeg vragen bieden om een goed beeld te kunnen schetsen. (allesovermarktonderzoek, 2021) Alle 3^e en 4^e jaars studenten aan een agrarische bedrijfskunde studie aan de 4 agrarische hogescholen worden benaderd, dit zal gaan via de 4 studieleiders.

Vragen die gesteld worden zijn:

- Hoe denk jij aan het eind van je studie een baan te vinden? En in welke sector zou dat zijn?
- Wat denk jij nodig te zijn bij het vinden van je eerste baan?

2. Welke baan mogelijkheden zijn er momenteel met hun studie?

Hiervoor kan gebruik gemaakt worden van de alumni netwerken die de hogescholen hebben, hier kan contact gelegd worden en kunnen enquêtevragen worden uitgezet. Ook zullen een aantal (oud) studenten geïnterviewd worden over hoe ze aan een baan zijn gekomen. Ik zal contact leggen met studieleiders, deze zien jaarlijks waar studenten direct na hun studie belanden, welke bedrijven maar ook welke functies. De studieleiders kunnen gecontacteerd worden door middel van de contacten van Aeres Agree, bij Aeres Agree hebben ze veel contact met deze studieleiders. Het betreft hier de 4 studieleiders van de Aeres Hogeschool Dronten, van Hall Larenstein te Leeuwarden, de HAS in den Bosch en InnHolland in Delft.

3. Waarom maken ze de keuze? Wat was hierbij bepalend?

Net als de vorige hoofdvraag zullen antwoorden op deze vraag binnengehaald worden door middel van een enquête. Omdat er met een enquête een groot bereik kan worden behaald kan het veel data binnenhalen. Dit maakt het onderzoek representatiever. Ook zal hier gebruik worden gemaakt van de al uitgevoerde interviews uit de stage opdracht bij Aeres Agree.

Vragen die gesteld worden zijn:

- Op basis waarvan denk jij, die baan te willen uitvoeren?
- Wat is nog meer bepalend bij de keuze naar een baan?
- Speelt geld een belangrijke rol bij de keuze naar je eerste baan? En waarom wel of niet?

4. Hoe kijken afstuderende aan tegen werving- en selectiebureaus?

Momenteel is er al data uit interviews met studenten die tijdens eens stage zijn bevraagd over de beeldvorming/imago van een W&S bureaus. Deze data wordt gebruikt bij het beantwoorden van deze deelvraag. Veelal kennen ze deze bureaus niet of weten ze niet dat dit kosteloos is. Om hier dieper op in te gaan wil ik deze data analyseren en in de enquête de studenten verder bevragen over recruitment en W&S bureaus.

Vragen die gesteld worden zijn:

- Wat vind je van de benadering door recruiters?
- Zou jij een W&S bureau zelfstandig benaderen bij de zoektocht naar je eerste baan?
- Wat zou voor jou een reden zijn niet in zee te gaan met een W&S bureau?

Tabel 3 Planning onderzoek

Onderdeel	Start	Gereed
Opzetten enquête	Week 17	Week 18
Verzamelen contacten uitzetten enquête	Week 19	Week 20
Uitzetten enquête	Week 20	Week 21
Afnemen interview	Week 20	Week 21
Analyseren resultaten enquête	Week 23	Week 24
Uitwerken resultaten enquête en interviews	Week 24	Week 25
Concept inleveren	Week 28	
Concept bespreken en aanpassen	Week 29	
Definitief inleveren	Week 30	

4. Resultaten

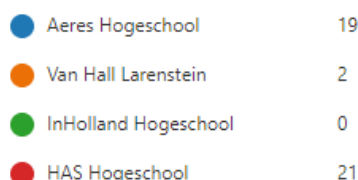
In bijlage 1 is de vragenlijst terug te vinden die is uitgezet onder de 3e en 4e jaars studenten van de studie bedrijfskunde en agrifoodbusiness aan de Aeres hogeschool, van Hall Larenstein hogeschool, HAS hogeschool en InHolland hogeschool.

De vragenlijst is bij Aeres verspreid via het interne mail programma van Aeres, zo zijn alle klassen benaderd die momenteel 3^e en 4^e jaars student zijn. Deze mail is 2 maal verstuurd, waarvan 1 keer een herinnering. Bij de HAS hogeschool is de vragenlijst gedeeld onder alle studenten via de heer Sol, hij is docent in dit vakgebied en kon zo de studenten benaderen om deze vragenlijst in te vullen. Bij de andere 2 hogescholen was het iets moeilijker. Bij van Hall Larenstein kon er contact gelegd worden met Froukje Mosterman, deze dame is docent in het vakgebied agrarische bedrijfskunde en is bekend binnen het netwerk van Aeres Agree. Er kon geen vragenlijst per mail verstuurd worden onder de studenten dit kon enkel via facebook, dit heeft ze gedaan en zo is er minimaal respons geweest. Op InHolland blijkt de studie bedrijfskunde en agribusiness niet meer aangeboden te worden, momenteel bieden ze daar nog de studie agribusiness en tuinbouw aan. Dit is een studie die niet vergelijkbaar is met bedrijfskunde en agribusiness aangezien de studie bij Inholland écht gericht is op de tuinbouw, en niet op het bedrijfskundige aspect.

1. In welk studie jaar zit je?

[Meer details](#)
[Insights](#)


2. Aan welke hogeschool volg jij je studie agrarische bedrijfskunde?

[Meer details](#)


Figuur 9 Antwoorden vraag 1 & 2 uit de vragenlijst onder de bedrijfskunde studenten

Bovenstaande afbeelding is een knipsel uit de antwoorden van de vragenlijst, hierin is te zien dat er meer 3^e als 4^e jaars studenten hebben gereageerd op deze vragenlijst. Door gesproken te hebben met veel 4^e jaars studenten kan ik concluderen dat veel 4^e jaars studenten op dit moment druk zijn met het afstuderen. Deze focussen zich hierop of lopen momenteel een stage waardoor een vragenlijst als dit al snel niet wordt ingevuld. Een aantal 4^e jaars studenten waren nog te motiveren en hebben de vragenlijst alsnog ingevuld.

Verder is de opkomst bij de studenten op de HAS het hoogst dit gevolgd door de Aeres hogeschool, dit komt omdat deze studenten het beste te benaderen waren. Zoals ook al eerder aangegeven waren ze bij het van Hall Larensteijn niet meewerkend en dit is ook direct terug te zien in het aantal respondenten. Op het InHolland wordt deze studie niet meer aangeboden dus is het logisch dat er geen respondenten zijn in dit onderzoek. InHolland zal dan ook niet verder worden meegenomen in dit onderzoek.

De antwoorden zullen hier onder per deelvraag worden geanalyseerd.

4.1 Wat doen de agrarische bedrijfskunde studenten nu al bij de zoektocht naar hun eerste baan?

4.1.1 Voorbereiding door school

In vraag 3 is de vraag gesteld hoe studenten vinden dat ze door hun studie worden voorbereid op het bedrijfsleven, dit is gedaan door op een schaal van 1 tot 10 te antwoorden. Waarbij 10 heel goed is en 1 heel slecht. Een voorbereiding op het bedrijfsleven kan zijn helpen bij het oriënteren, maar ook kenbaar maken welke bedrijven er zijn en helpen bij het sollicitatie proces.

Een totaal gemiddelde op deze vraag is een 6,9, hieronder is het per school en studiejaar gesplitst.

Tabel 4 Gemiddelden vraag 3 enquête studenten

Aeres	3^e + 4^e jaar	6,8
Aeres	3 ^e jaar	6,1
Aeres	4 ^e jaar	7,4
HAS	3^e + 4^e jaar	7,1
HAS	3 ^e jaar	7,6
HAS	4 ^e jaar	6,3
VHL	3^e + 4^e jaar	5,5

De totale antwoorden zijn ook op basis van de NPS geanalyseerd, NPS betekend: Net Promotor Score.

De respondent heeft een antwoord gegeven met een cijfer tussen de 0 en 10. Wanneer een student een cijfer geeft, kan hij worden gecategoriseerd. Er zijn drie verschillende categorieën namelijk:

Promoters: Deze respondenten geven een score van 9 of 10 en zijn zeer enthousiast over het onderwerp.

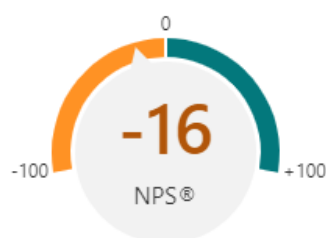
Passives: (passief tevreden): Deze respondenten geven een score van 7 of 8. Deze mensen zijn tevreden over het onderwerp maar er zijn verbeterpunten.

Detractors: (tegenstanders of criticaster): Deze respondenten geven een score tussen de 0 en 6 en zijn hoogstwaarschijnlijk ontevreden over dit onderwerp. (Dessel, 2011)

3. In hoeverre vind je dat je door je school wordt voorbereid op het bedrijfsleven?

[Meer details](#)

Promoters	4
Passieven	27
Critici	11



Figuur 10 Antwoorden vraag 3 uit de vragenlijst onder de bedrijfskunde studenten

4.1.2 Hoe zouden ze beter voorbereid kunnen worden?

In vraag 4 is de studenten de vraag gesteld hoe de school hun beter kan voorbereiden op het bedrijfsleven. Dit zal geanalyseerd worden door de methode die eerder beschreven is, er zullen een aantal onderwerpen gefilterd worden die veel besproken worden en er zal dan gekeken worden wat daar over is gezegd.

Stage

In totaal is er 42 keer antwoord gegeven op deze vraag, hiervan is er 11 keer iets over stage gezegd. Namelijk de volgende antwoorden:

Tabel 5 Antwoorden vraag 4 onderwerp stage

4e jaar	Aeres Hogeschool	Meer dagen met bedrijven in contact komen voor een baan/ stage
3e jaar	Aeres Hogeschool	Meer stages
3e jaar	Aeres Hogeschool	Meer stage

3e jaar	Aeres Hogeschool	Door in het 3e jaar ook stage te lopen bij bedrijven
4e jaar	Aeres Hogeschool	Ok zo, door veel stages door minoren en afstuderen
4e jaar	Aeres Hogeschool	Tijdens stage minder met stageopdrachten bezig zijn maar meer richten op de werkzaamheden.
3e jaar	Aeres Hogeschool	Meer stages
3e jaar	HAS Hogeschool	Meer mee mogen werken bij stages. de verdeling is nu 70% school en 30% meewerken.
3e jaar	HAS Hogeschool	Een meewerkstage ipv een onderzoeksstage
3e jaar	HAS Hogeschool	Misschien meewerkstages in het bedrijfsleven.
3e jaar	HAS Hogeschool	in plaats van onderzoekstage een meewerkstage of meer gecombineerd. met onderzoekstage ben je heel veel bezig met je onderzoek, maar krijg je minder mee van wat er echt gebeurt

Praktisch / praktijk

In totaal is er van de 42 keer 9 keer iets gezegd over praktijk of praktisch.

Tabel 6 Antwoorden die over praktijk of praktisch gaan

3e jaar	Aeres Hogeschool	Meer praktijk gericht, langs bedrijven en meer vanuit school je kansen aanbieden.
4e jaar	Aeres Hogeschool	Vind dat dat al erg goed gaat, doormiddel van veel praktijk ervaringen. Dit in de vorm van bijvoorbeeld bedrijfsbezoeken, gastcolleges etc.
4e jaar	Aeres Hogeschool	Studie is prima ingedeeld, misschien iets meer praktijk ipv theorie
4e jaar	Aeres Hogeschool	in plaats van puur de theorie te behandelen, ook naar de praktijk te kijken. Niet elk bedrijf is perfect zoals in een boek wordt beschreven. Integendeel.
3e jaar	HAS Hogeschool	Meer praktijklessen bij colleges
4e jaar	HAS Hogeschool	buiten het uitvoeren van onderzoeken zou er meer ruimte moeten zijn voor praktijk ervaring in het bedrijfsleven.
3e jaar	HAS Hogeschool	We krijgen al erg veel praktijk, kan eigenlijk niet beter.
4e jaar	HAS Hogeschool	nog meer praktijk/praktijkvoorbeelden
3e jaar	HAS Hogeschool	Meer praktisch onderwijs, dus niet teveel algemene vakken waar je in de toekomst niks meer aan hebt, maar meer onderwijs in de vorm van keuzemodules met keuzevakken die echt gericht zijn op het bedrijfsleven

Bedrijven/bedrijf

In totaal is er 16 keer iets gezegd over bedrijven/bedrijf of bedrijfsleven.

Tabel 7 Antwoorden waar gesproken is over bedrijven

4e jaar	Aeres Hogeschool	Meer dagen met bedrijven in contact komen voor een baan/ stage
3e jaar	Aeres Hogeschool	Beter voorbereiden op het leven na je studie welke richtingen kan je op, dat is voor mij onduidelijk wat je nou precies allemaal met deze opleiding kan en in wat soort bedrijven je terecht kan. Ze zouden een lijst kunnen maken met bedrijven waar oud studenten op het moment aan het werk zijn of oud leerlingen uitnodigen om te vertellen wat ze doen.
3e jaar	Aeres Hogeschool	Meer praktijk gericht, langs bedrijven en meer vanuit school je

		kansen aanbieden.
4e jaar	Aeres Hogeschool	Vind dat dat al erg goed gaat, doormiddel van veel praktijk ervaringen. Dit in de vorm van bijvoorbeeld bedrijfsbezoeken, gastcolleges etc.
3e jaar	Aeres Hogeschool	Door nog meer gastsprekers te laten komen die in ons vakgebied actief zijn en door de opleiding nog meer/beter aan te laten sluiten op het bedrijfsleven. Dit laatste kan door meer in contact te staan met de bedrijven.
3e jaar	Aeres Hogeschool	Meer échte bedrijfsopdrachten. Nu doe je vaak opdrachten voor bedrijven waarbij het een 'schoolopdracht' is en geen 'bedrijfsopdracht'. Persoonlijk heb ik het gevoel dat er nog nooit iets met een opdracht van mij gedaan is bij een bedrijf.
3e jaar	Aeres Hogeschool	Door in het 3e jaar ook stage te lopen bij bedrijven
4e jaar	Aeres Hogeschool	Het (meer) faciliteren van netwerkbijeenkomsten met het bedrijfsleven.
4e jaar	Aeres Hogeschool	in plaats van puur de theorie te behandelen, ook naar de praktijk te kijken. Niet elk bedrijf is perfect zoals in een boek wordt beschreven. Integendeel.
4e jaar	HAS Hogeschool	Meer direct op het bedrijfsleven ingaan in plaats van hoe de theorie eruitziet.
3e jaar	HAS Hogeschool	Door middel meer opdrachten te baseren op werkelijke situaties uit het bedrijfsleven
3e jaar	HAS Hogeschool	Verschillende bedrijven meedraaien
3e jaar	HAS Hogeschool	Misschien meewerkstages in het bedrijfsleven.
4e jaar	HAS Hogeschool	Gastcolleges van personato of dergelijke bedrijven met uitleg over hoe ze helpen
4e jaar	HAS Hogeschool	buiten het uitvoeren van onderzoeken zou er meer ruimte moeten zijn voor praktijk ervaring in het bedrijfsleven.
3e jaar	HAS Hogeschool	Meer praktisch onderwijs, dus niet teveel algemene vakken waar je in de toekomst niks meer aan hebt, maar meer onderwijs in de vorm van keuzemodules met keuzevakken die echt gericht zijn op het bedrijfsleven

4.1.3. Wat doen ze zelf al?

Als de studenten de vraag krijgen over wat ze momenteel zelf al doen naar het oriënteren op de arbeidsmarkt doet 54% dit al, de manier waarop ze dit doen is wisselend.

Zo komen er antwoorden naar voren als zoeken op LinkedIn, maar ook als:

“Workshops volgen of iets dergelijks die gaan over een bepaald beroep of werkgever. Daarnaast op linkdin kijken naar de beschikbare functies.”

Maar er antwoorde ook een student dat die al aan het werk was.

4.2 Welke baan mogelijkheden zijn er momenteel met hun studie?

Om de vraag te beantwoorden wat de mogelijkheden zijn met de studie bedrijfskunde en agribusiness is het interessant om te weten in welke functie afgestudeerden aan het werk zijn. Hiervoor is er via het alumni netwerk van de Aeres hogeschool en via LinkedIn een enquête verspreid met de vraag in welke functie ze momenteel werkzaam zijn en in welk jaar ze afgestudeerd zijn. De antwoorden hiervan zijn er uiteenlopend, zo zijn ze werkzaam als ondernemer, in het bank en verzekeringswezen, maar ook als onderzoeker of kwaliteitsmanager.

De onderstaande lijst is bewust niet gegroepeerd op bijvoorbeeld functie of afstudeer jaar, dit omdat het zo juist een goed beeld geeft van de diverse richtingen en bedrijven. Ook zijn er weinig gelijke functies waardoor er dan weinig functies te groeperen zijn.

Tabel 8 Antwoorden Alumni onderzoek

In wat voor functie bent u momenteel werkzaam? (functie + bedrijf)	Welk jaar bent u afgestudeerd?
Onderzoeker, WLR	2015
Supply Chain Manager @ Vreugdenhil Dairy Foods	1988
Zelstndig adviseur ruimtelijke ontwikkeling buitengebied	1989
Docent economie op Clusius College	1990
Adjunct directeur Havatec B.V	1991
Werkloos	1994
Eigenaar agrarische onderneming	1994
Accountant / mede-eigenaar Lenferink Paus Accountants en Adviseurs	1995
Projectcontroller - BAM Energie & Water B.V.	1996
Financieringspecialist Rabobank	1999
Verzekeringsadviseur -Finagri BV	2001
Biologisch melkveehouder	2001
Docent MBO zone.college	2003
Ondernemerscoach Agrifirm exlan	2003
Businessanalist bij Farmel	2004
Consultant biologische gewasbescherming sierteelt bij Koppert Nederland	2004
Kverneland nieuw Vennep after sales/quality manager	2004
Docent Bedrijfskunde Aeres Hogeschool	2006
Manager Milk Supply / Royal Bel Leerdammer B.V.	2006
Freelancer Supply Chain	2006
Zelfstandig melkveehouder / ondernemer	2006
Landstede - zorgcoördinator / docent	2006
Deeltijdstudent HU Vaktherapie en parttime veldmedewerker HLB De Groene Vlieg	2008
Akkerbouwer eigen bedrijf	2008 deeltijdopleiding
Financieel medewerker bij bouwbedrijf	2009
Manager mbo opleiding voeding. Clusius college	2009
Financieel rechercheur nvwa	2010
Tot eind vorige week was ik Agrarisch subsidieadviseur bij Subvention	2012
Docent veehouderij mbo, Zone.college	2012
Agrarisch bedrijfskundig adviseur	2013
Consultant werving & selectie Agribusiness	2013

Manager binnendienst - Blisss Software BV	2014
Business consultant - FleuraMetz	2015
DGA Loonbedrijf- aannemingsbedrijf	2015
Medewerker - melkveebedrijf	2015
Inkoopmedewerker bij technisch bedrijf	2017
Kwaliteitsmedewerker, vepo cheese	2018
Relatiebeheerder, lto noord	2018
Werkvoorbereider in de groenvoorziening bij werkvoorzieningschap	2018
After Sales officer bij Prinzen, Aalten.	2018
Brandmanager bij Nestle Purina	2018
Projectmedewerker, Dlv advies	2019
Mede Eigenaar Smart Agri Technology BV	2019
Handel + United fruits	2019
Commercieel medewerker + personeelsplanner bij Abiant Uitzendgroep	2020
Student Rechtsgeleerdheid	2020
Doorstuderen	2020
Inkoper bij ABZ Diervoeding	2020
Marketing/ Algemeen kantoormedewerker + Triflor	2020
Productmanager - producent van landbouwmachines in Nederland	2021
Logistiek planner bij Agrico	2021
Docent + Aeres MBO Emmeloord	2021
Adviseur bedrijfsontwikkelingen Agrifirm Exlan	2021
Landbouwkundige VanDinter Semo	2021
Commercieel manager, direct fruit services	Rond 2005

4.3 Waarom maken ze de keuze? Wat was hierbij bepalend?

Na de studie zijn er diverse mogelijkheden, om er een beeld van te krijgen hoe de studenten een baan gaan vinden en in wat voor functie ze dan terecht gaan komen is er de vraag gesteld hoe ze een baan denken te vinden en wat voor baan ze dan zouden willen vinden.

4.3.1 Hoe zoeken ze?

Ook deze antwoorden zijn per onderwerp gecategoriseerd om zo een duidelijk beeld te krijgen van de onderwerpen en wat er over is gezegd. Eerst zal er begonnen worden met hoe ze nu eigenlijk denken een baan te vinden en dan vervolgens waar ze terecht gaan komen.

Stage

Is een term die veel wordt gebruikt, in de vraag hoe ze denken een baan te vinden is stage 17 keer benoemd.

Tabel 9 Overzicht hoe studenten zoeken, waarbij stage is genoemd

4e jaar	Aeres Hogeschool	Door mijn afstudeerstage
3e jaar	Aeres Hogeschool	Misschien door mijn afstudeerstage, of door vacatures op internet te bekijken en te solliciteren.
3e jaar	Aeres Hogeschool	Doormidden van mijn eind stage
3e jaar	Aeres Hogeschool	Vanuit afstudeerstage
3e jaar	Aeres Hogeschool	Ik hoop doordat ik bij mijn stagebedrijf kan blijven werken.
3e jaar	Aeres Hogeschool	Via afstudeerstage

4e jaar	Van Hall Larenstein	Vanuit stage
4e jaar	Aeres Hogeschool	Netwerk dat is opgebouwd met name door mijn afstudeerstage
4e jaar	Aeres Hogeschool	via stage baan aangeboden gekregen
3e jaar	HAS Hogeschool	stage, linkedin, netwerk
3e jaar	HAS Hogeschool	Door middel van een gelopen stage of via mijn eigen opgebouwde netwerk.
3e jaar	HAS Hogeschool	oud stage bedrijvne benaderen
3e jaar	HAS Hogeschool	Contacten, stages, projecten, zijwegen, denk vooral contacten die gelegd zijn of via LinkedIN
3e jaar	HAS Hogeschool	hopelijk via een stage, en anders misschien via linkedin of sollicitaties
3e jaar	HAS Hogeschool	Het behouden van contacten bij mijn verschillende stagebedrijven. Waarschijnlijk zal mijn eerste baan bij een van deze bedrijven zijn.
3e jaar	HAS Hogeschool	Via stage, BO of open vacatures.
3e jaar	HAS Hogeschool	Hopelijk via een stage.

LinkedIn

LinkedIn is een zakelijk medium waarbij studenten al goed een netwerk kunnen opbouwen, wanneer ze (bijna) klaar zijn met hun studie kunnen ze dit netwerk erg goed gebruiken om hun eerste baan te vinden. 7 respondenten denken het medium LinkedIn te kunnen gebruiken bij het vinden van een baan,

Tabel 10 Overzicht hoe studenten zoeken, waarbij LinkedIn is genoemd

4e jaar	Aeres Hogeschool	Via mijn netwerk en LinkedIn
4e jaar	Aeres Hogeschool	Via online zoeken of LinkedIn
4e jaar	Aeres Hogeschool	Inmiddels heb ik al een baan gevonden in de detachering, waar ik een traineeship ga volgen. Dit heb ik via LinkedIn en google gevonden.
3e jaar	HAS Hogeschool	stage, linkedin, netwerk
3e jaar	HAS Hogeschool	Contacten, stages, projecten, zijwegen, denk vooral contacten die gelegd zijn of via LinkedIN
3e jaar	HAS Hogeschool	LinkedIn / vacatures zoeken
4e jaar	HAS Hogeschool	LinkedIn, netwerk

Recruiter / W&S bureaus

Een recruiter of een dergelijk bureau kan een student goed helpen bij het vinden naar een baan, in het onderzoek hebben maar 4 respondenten hierover gesproken.

Tabel 11 Overzicht hoe studenten zoeken, waarbij recruitment of w&s genoemd is.

4e jaar	Aeres Hogeschool	Via contacten, vacatures of een wervingbureau
---------	------------------	---

4e jaar	HAS Hogeschool	Via een wervingsbureau
4e jaar	HAS Hogeschool	waarschijnlijk via mijn netwerk dat ik de laatste 4 jaar heb opgebouwd. daarnaast zijn er veel selectie en werving bureaus die mij actief benaderen.
4e jaar	HAS Hogeschool	Solliciteren op vacatures, recruiters

4.3.2. In welke functie willen ze dan werken?

Om een beeld te krijgen van in wat voor functie de huidige studenten willen werken is de volgende vraag gesteld:

6. In welk vakgebied zou je willen werken na je studie?

[Meer details](#)

● Zakelijke dienstverlening (bijv....	6
● Boekhouding	7
● Vakspecialist (bijv. teeltadvise...	11
● Vertegenwoordiger	9
● Andere	9



Figuur 11 Antwoorden vraag 6 uit de vragenlijst onder de bedrijfskunde studenten

Uit de antwoorden is af te lezen dat er ook diverse richtingen zijn waar de studenten willen werken, de diagram is erg gelijkmatig.

Tabel 12 Richtingen waarin studenten willen werken (overige antwoorden)

3e jaar	Aeres Hogeschool	Planning/aansturing
3e jaar	Aeres Hogeschool	Stalinrichting of HRM
4e jaar	Aeres Hogeschool	Detachering Proces & Business
3e jaar	HAS Hogeschool	Zelfstandig ondernemer
3e jaar	HAS Hogeschool	Fiancieel adviseur of accountmanager bij een varkens gerelateerd bedrijf, bijv ion
3e jaar	HAS Hogeschool	Manager van een afdeling
4e jaar	HAS Hogeschool	Logistiek of kwaliteit
3e jaar	HAS Hogeschool	Weet ik nog niet
3e jaar	HAS Hogeschool	vakspecialist/vertegenwoordiger

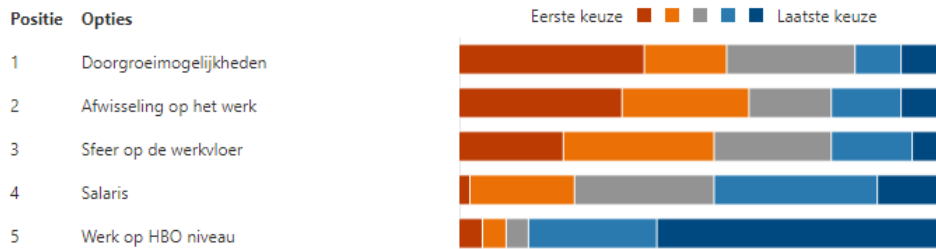
Bovenstaande antwoorden zijn de overige antwoorden, hierin is te zien dat er vooral combinaties van de aangereikte antwoorden worden gegeven.

4.3.3 Wat is doorslaggevend?

Wat is voor een starter nou het belangrijkste bij de keuze naar een eerste baan? Waarom zouden ze eerder voor de ene baan kiezen of juist voor de andere? Of wat is voor hen belangrijk als ze een vacature lezen? Al deze aspecten kunnen voor zowel de bedrijven, als w&s bureaus belangrijk zijn als ze de starters willen werven. In de onderstaande vraag kregen de studenten 5 punten die ze in de volgorde van belangrijk naar minder belangrijk moesten zetten:

8. Wat is het meest doorslaggevend bij de keuze van je eerste baan?

[Meer details](#)



Figuur 12 Antwoorden vraag 8 uit de vragenlijst onder de bedrijfskunde studenten

Wat studenten verder nog belangrijk vinden is in de onderstaande tabel af te lezen:

Tabel 13 Wat studenten belangrijk vinden bij een eerste baan

3e jaar	Aeres Hogeschool	Het belangrijkste vind ik dat je het naar je zin hebt op de werk in de werkzaamheden maar ook zeker met je collega's Sfeer op de werkvloer kan je van te voren nooit weten, dit ervaar je pas als je er werkt, maar dit vind ik wel het belangrijkste. Ook hoort salaris ook wel een beetje bij hbo niveau. Als je hbo niveau werk gaat doen is je salaris automatisch hoger dan dat je een mbo functie gaat doen.
3e jaar	Aeres Hogeschool	Afstand, arbeidsvoorwaarden.
4e jaar	Aeres Hogeschool	Denk dat doorgroeimogelijkheden voor mij wel het belangrijkste zijn. Daarnaast vind ik salaris ook wel echt belangrijk, aangezien je studiekosten e.d.
4e jaar	Aeres Hogeschool	Opleiding mogelijkheden en vakantiedagen
3e jaar	Aeres Hogeschool	Collega's
3e jaar	Aeres Hogeschool	Plezier in het werk/uitdaging binnen je taken
3e jaar	Aeres Hogeschool	Toekomstbestendigheid van het bedrijf en de functie die je hebt binnen het bedrijf
3e jaar	Aeres Hogeschool	Ik wil mijn baan in de buurt hebben, zodat ik niet ver hoeft te reizen.
4e jaar	Aeres Hogeschool	Secundaire arbeidsvoorwaarden zoals middelen om je werk op een juiste manier te kunnen doen.
4e jaar	Aeres Hogeschool	Reisafstand
4e jaar	Aeres Hogeschool	Bedrijfscultuur.
4e jaar	Aeres Hogeschool	Dat wanneer je het sollicitatie proces in gaat, je gelijk het gevoel hebt ' Ik wil hier werken '. Persoonlijke ontwikkeling.
4e jaar	HAS Hogeschool	Opleidingen
3e jaar	HAS Hogeschool	De omgeving, is het in de buurt
3e jaar	HAS Hogeschool	De afstand van thuis naar het werk moet niet te groot zijn. en ik zie het niet gebeuren om te gaan verhuizen voor mijn baan of carrière

3e jaar	HAS Hogeschool	De combinatie tussen theorie en praktijk
3e jaar	HAS Hogeschool	Ik wil hier veel leren
3e jaar	HAS Hogeschool	Verantwoordelijkheid en vrijheid
3e jaar	HAS Hogeschool	Locatie, een bedrijf waar interesse in heb, in een bepaald vakgebied. Ik heb zeg maar meer met dier gerelateerde bedrijven dan planten. Ik wil er best wat voor leren maar persoonlijk vind ik vee veel interessanter.
4e jaar	HAS Hogeschool	Binding met bedrijf, interessegebied
3e jaar	HAS Hogeschool	Hoe de buitenwereld (vrienden en kennissen) tegen het bedrijf aankijkt.
4e jaar	HAS Hogeschool	Soort bedrijf
4e jaar	HAS Hogeschool	Locatie(afstand)
3e jaar	HAS Hogeschool	Reisafstand
3e jaar	HAS Hogeschool	Reistijd, moet dicht in de buurt zijn bij je woonplaats
3e jaar	HAS Hogeschool	goede arbeidsomstandigheden

4.4 Hoe kijken afstuderende aan tegen werving en selectie bureaus?

10. Ben je bekend met een werving en selectie bureau?

[Meer details](#)
 Insights


Figuur 13 Antwoorden vraag 10 uit de vragenlijst onder de bedrijfskunde studenten

Van de studenten die niet bekend zijn met een werving en selectie bureau zijn er 12 studenten die studeren aan de HAS, 10 in aan de Aeres hogeschool en 1 aan het VHL. Van de studenten die niet bekend zijn met werving en selectie bureaus zijn er 17 3^e jaars en zijn er 6 4^e jaars. In totaal zijn er dan 12 4^e jaars wel bekend met werving en selectie bureaus en 7 3^e jaars bekend met een dergelijk bureau.

Van de studenten die bekend zijn met een werving en selectie bureau kenden de meeste Aeres Agree, dit bedrijf werd van de 19 keer 12 keer benoemd. Verder werd green people 3 keer benoemd maar enkel onder HAS studenten. Daarnaast werden er nog een aantal één keer benoemd zoals, nomilk2day, randstad en AB.

Wanneer er de vraag wordt gesteld wat studenten vinden van deze bureaus worden er veel verschillende dingen gezegd, zo is de ene student er enorm enthousiast over en de andere student totaal niet. Door 8 mensen werd geantwoord dat het handig is als je opzoek bent naar een baan en je niet goed weet wat je wil, ze kunnen je goed helpen en hebben een groot netwerk. Ook komt er 4 keer naar voren dat de bedrijven vaak opdringerig zijn, enkel aan hun eigen inkomen denken en te commercieel zijn. Ook was er iemand die helemaal niet wist wat een dergelijk bureau precies doet.

Als de studenten de vraag werd gesteld of ze zelf een bureau zouden inschakelen reageerde Nee 30x = 71,4 % en Ja 12x = 28,6%.

Een reden waarom studenten het zelf zouden doen is: (reacties van respondenten)

- Je kunt aangeven wat voor wensen je hebt op een toekomstige baan.
 - Wie weet komt daar een goede baan voor mij in naar voren.
 - Als ik niet in beeld heb voor mezelf wat ik wil doen
 - Als dat nodig is
 - Zij hebben een grootnetwerk en kennen de bedrijven goed.
 - Ik zou het eerst wel zelf proberen, omdat ik denk dat ik bij accountantskantoren er wel tussen kan komen.
- Als het dan niet lukt zou ik wel een werving en selectiebureau inschakelen.
- Nog weinig kennis van je vakgebied
 - Zij kunnen zoeken wat bij jou past als je zelf nog niet zo goed weet wat je wil
 - Omdat ze ervaring hebben en mij daarin kunnen begeleiden
 - Mocht ik echt niks kunnen vinden dan zou ik hun hulp inschakelen
 - Als je geen baan kunt vinden dan zou dit misschien kunnen helpen ze hebben vaak een nog breder netwerk en misschien komt de perfecte baan dan toch voorbij
 - Als het mij aan een baan helpt

Studenten zouden het niet doen omdat ze denken dat ze het zelf wel zouden moeten kunnen, ze denken dat ze met hun eigen netwerk een heel eind komen en denken ook dat ze met hun studie makkelijk aan een baan kunnen komen. Wat ook naar voren komt is dat ze de werkwijze van bureaus niet fijn vinden.

52,38 % van de studenten is al eens benaderd door een recruiter, maar wat vinden ze daar van? In de onderstaande reacties is te lezen wat studenten er van vinden als ze benaderd worden door een recruiter. Een kleine meerderheid vindt het interessant als ze benaderd worden en vindt het ook fijn, maar een bijna even groot deel vindt het niet fijn en vinden het of niet interessant of onpersoonlijk en opdringerig.

Tabel 14 Wat studenten er van vinden als ze worden benaderd door een recruiter, rood negatief, groen positief.

Wel leuk dat er aan me wordt gedacht
Ben altijd geïnteresseerd wat voor vacatures ze aanbieden. En of dat wat voor mij zou kunnen zijn.
Positief ervaren, misschien is het wel je droombaan die dan in je schoot wordt geworpen. (ik heb het 'afgeblazen' omdat ik nog op school zit dus nog niet fulltime kan werken)
Meestal automatische berichten, niet persoonlijk en hopen dat je een keer toe hapt. Voornamelijk op LINKEDIN
Niet erg, maar ik doe er verder niks mee.
Prima, sta er wel voor open
Op zich goed
Vaak via LinkedIn en vind het wat onpersoonlijk. Krijg al gauw het gevoel dat je een van de zoveel bent die wordt benaderd
Best wel fijn, betekent dat je gewild bent
Prima, maar zijn vaak niet de banen die ik zoek
Niet storend
Doorgaans vervelend
Prima
Toch een fijn gevoel dat je gezien wordt. En dat er mogelijkheden zijn om uit te kiezen.
interessant, helaas zit er nooit zoveel leuks tussen
Sommige zijn kansloos, die komen vanuit hoeken waar totaal niet mijn interesses liggen.
Wel speciaal, dat je wel interesse kweekt van bedrijven.
Opdringerig
Soms vervelend omdat het vaak toch wel standaardberichten zijn
Prima
vaak een algemeen bericht via LinkedIn. verder gesprekken zijn niet altijd even goed.
Uhm ligt eraan. De ene vindt ik opdringerig en dat is niet fijn.

5. Discussie

In het vooronderzoek is er gezegd dat alle studenten van de studies bedrijfskunde en agrifoodbusiness deze vragenlijst moeten krijgen en deze zouden moeten kunnen beantwoorden. In het onderwijsplan stond dat deze studie op 4 hogescholen gegeven zou worden, echter dit plan is verouderd. Uiteindelijk bleek dat deze studie niet meer of in een andere vorm wordt gegeven op het InHolland in Delft, de studie is meer gericht op tuinbouw en akkerbouw en de bedrijfskundige aspecten zitten er niet meer in. Dit is dan ook de reden dat deze school verder niet is meegenomen in het onderzoek, de enquête is wel verspreid bij InHolland maar doordat er in stond alleen voor studenten bedrijfskunde en agribusiness zijn daar geen reacties op gekomen. InHolland doet niet mee aan het onderzoek, dit zal voor de betrouwbaarheid van het onderzoek niet uitmaken. Zo is de doelgroep juist kleiner geworden, waardoor de validiteit juist groter kan worden.

Bij de andere 3 studies is er goed contact kunnen krijgen met de studieleiders, zo is er bij de HAS contact geweest met Ronald Sol. De heer Sol was enthousiast en heeft de vragenlijst verspreid onder de studenten bedrijfskunde en agribusiness. Er is vanuit de HAS een goede respons geweest van in totaal 21 studenten. Bij de Aeres Hogeschool was de vragenlijst makkelijk te verspreiden via het interne mail programma, er was makkelijk een toegang tot de groepen te krijgen waardoor de vragenlijst goed onder alle studenten verspreid kon worden. Ook bij de Aeres hogeschool was de respons goed, er reageerden in totaal 19 studenten. Bij het van Hall Larensteijn was er contact met Froukje Mosterman, deze heeft de vragenlijst enkel kunnen verspreiden via facebook en LinkedIn, het was niet mogelijk dit in een mailing te doen. De respons van 2 was dan ook niet hoog. Dat de respons niet hoog was en de vraag voor een mailing werd beantwoord met dat er voor de studenten geen meerwaarde was en dat er maar een beloning gegeven moest worden. Er is bewust niet voor een beloning gekozen omdat de studenten meegaand moeten zijn, het gaat immers om hun toekomstige werkveld en 3^e en 4^e jaars moeten hiervoor ook de verantwoordelijk hebben. Toch geeft een respons van totaal 42 een betrouwbaar beeld van de doelgroep. Zo hebben van de grootste hogescholen ongeveer even veel studenten geantwoord, de validiteit zou hoger kunnen wanneer er meer studenten zouden antwoorden maar met dit aantal antwoorden kan er een reëel beeld van de doelgroep gemaakt worden.

Qua methode en uitkomst heb ik gebruik gemaakt van kwantitatief onderzoek, de bedoeling was dat er ook nog gebruik gemaakt zou worden van kwalitatief onderzoek maar daar is later in het onderzoek van afgezien, hier later meer over. Door het kwantitatieve onderzoek is er veel data naar voren gekomen van zowel studenten als afgestudeerden, uiteindelijk geeft dit een goed beeld weer van hoe de huidige studenten en afgestudeerden denken over de baan kansen en de manier van het vinden van een baan. Met deze resultaten kunnen w&s bureaus beter inspelen op de afstuderende en hoe ze deze kunnen helpen aan een ideale baan op de arbeidsmarkt.

Wat niet in het vooronderzoek besproken is, maar waar wel gebruik van is gemaakt is de NPS. Tijdens het onderzoek is er gebleken dat een positief of negatieve mening goed gemeten kan worden met de NPS, dat staat voor Net Promoter Score dit meet in wat voor mate iemand positief of negatief is over een onderwerp. Wanneer de vraag wordt gesteld of iemand positief of negatief is over hoe school omgaat met het voorbereiden op het bedrijfsleven is dit een goed bruikbare tool.

Tijdens het onderzoek is gebleken dat de combinatie van het onderzoek onder de studenten waar bij ik ze zou interviewen en de vragenlijst zou laten invullen, met het onderzoek bij het alumni netwerk te veel kost. Hierbij kwam er tijdsnood en is er de keuze gemaakt om bij de studenten en alumni enkel de vragenlijst te laten invullen. Bij het alumni onderzoek is er een vragenlijst via LinkedIn en de vereniging voor afgestudeerden verspreid. Dit heeft een goed beeld weergegeven.

Het tijdsgebrek heeft in het laatste deel van het afstudeeronderzoek een rol gespeeld, zo was ik op dat moment fulltime werkzaam en dit heeft er mede voor gezorgd dat het laatste deel niet meer op planning liep en er tijdsgebrek optrad. Dit heb ik invulling gegeven door de data die ik uit de interviews wou halen uit de enquête heb kunnen halen. Zo heb ik door een andere invulling toch een betrouwbaar onderzoek kunnen neerzetten, met een advies waar een w&s bureau goed mee uit de voeten kan.

6. Conclusie en aanbeveling

6.1 Onderzoek en doel

Dit onderzoek is een onderzoek naar de hoe de huidige generatie Y&Z agrarische bedrijfskunde studenten (zoals in het vooronderzoek beschreven) denken een baan te vinden op de huidige arbeidsmarkt. De studie agrarische bedrijfskunde is erg breed, er zijn veel mogelijkheden op de arbeidsmarkt maar de juiste keuze maken als starter is moeilijk. Het onderzoek zal kijken naar hoe studenten denken dat ze een baan gaan vinden, worden ze er momenteel goed bij ondersteund? En hoe kunnen ze er beter bij ondersteund worden?

Anderzijds wordt er gekeken naar wat doen oud studenten momenteel en in welke functie zijn ze werkzaam? Dit zal een goed beeld gaan geven van de huidige arbeidsmarkt in combinatie met de cijfers en trends. Zo zal er te zien zijn dat er bijvoorbeeld enorm veel mogelijkheden zijn op de agrarische arbeidsmarkt.

Het doel is om een beeld te creëren van de huidige arbeidsmarkt en in kaart te brengen hoe studenten denken een baan te gaan vinden op deze arbeidsmarkt. Met dit beeld kunnen de w&s bureaus zich nog beter gaan specialiseren op het gebied werven en selecteren van de juiste persoon op de juiste plaats. Ze kunnen zo de studenten beter helpen bij het vinden van de geschikte baan, een win-win situatie voor beide partijen.

6.2 Conclusie per deelvraag

6.2.1 Wat doen de agrarische bedrijfskunde studenten nu al bij de zoektocht naar hun eerste baan?

Allereerst is er gekeken hoe de studenten worden voorbereid op het bedrijfsleven vanuit school, dit kan grote invloed hebben op hoe de studenten zelf opzoek gaan naar hun eerste baan.

Op hoe studenten vinden dat ze worden voorbereid door school wordt er gemiddeld een 6,9 gegeven dit is acceptabel maar hier zijn zeker verbeterpunten te behalen. Studenten op de HAS vinden dat ze beter worden voorbereid op het bedrijfsleven dan studenten op de Aeres hogeschool en op het VHL. Ook is er te zien dat bij Aeres de 4e jaars tevreden zijn met een gemiddelde van 7,4, we zien ook dat ze in de loop van hun studie meer tevreden worden. Zo is bij Aeres studenten te zien dat ze in het 3e jaar met een 6,1 minder tevreden zijn maar dat dit bij de 4e jaars hoger is. Terwijl dit bij de HAS andersom is, de studenten op de HAS zijn wel tevreden in het 3e jaar met een 7,6 maar de 4e jaars studenten zijn een stuk minder tevreden. Voor de studenten is het belangrijkste dat deze aan het eind van hun 4e jaar van mening zijn dat ze goed voorbereid zijn. Dat is immers het moment waarbij ze opzoek moeten gaan naar een baan. Uit deze vraag kan dus ook geconcludeerd worden dat Aeres in het 3e jaar er nog meer aan kan doen om de studenten beter voor te bereiden op het bedrijfsleven om de studenten zo in het 4e jaar nog beter voorbereid te hebben. Bij HAS is er te zien dat de studenten in het 3e jaar goed worden voorbereid maar dat het voor de HAS belangrijk is dit in het 4e jaar ook vast te houden, dit is immers het jaar waarbij ze de oriëntatie het meeste nodig zijn.

Op basis van de NPS van -14 kan er geconcludeerd worden dat studenten vinden dat ze nog niet goed worden voorbereid op het bedrijfsleven.

School kan de studenten beter voorbereiden door onder andere stages, dit komt voort uit de antwoorden die zijn gegeven: Uit de antwoorden waarbij stages benoemd is, is er af te lezen dat er over het algemeen meer stages gewenst worden. Ook wensen de studenten dat er meer meewerkstages komen en minder onderzoeksstages. Door meewerk stages krijgen de studenten er beter een beeld bij of ze de werkzaamheden leuk vinden, of dat ze liever iets anders doen. Studenten die stagelopen en enkel met een opdracht bezig zijn, krijgen over het algemeen te weinig mee van de werkzaamheden die normaliter binnen de organisatie spelen.

Ook wensen de studenten praktische opgeleid te worden. Twee van de respondenten vinden dat er al genoeg praktijk word gegeven tijdens de studies, maar de rest vind dat er meer praktijk gegeven moet worden. Het onderwijs zal praktischer ingesteld moeten worden, door praktische opdrachten of onderwijs kan de student beter beoordelen of dat in de toekomst iets voor de student zou kunnen zijn.

Ook is er in de antwoorden te lezen dat de studenten de connectie met het bedrijfsleven nog meer zoeken dan ze nu toegereikt krijgen. Zo vragen ze om meer gast colleges maar ook om meer praktijk opdrachten uit

het bedrijfsleven. Over het algemeen komt het er continu op neer dat de studenten meer praktijk zouden willen, dit door onder andere meer met het bedrijfsleven te werken. Ook is dit belangrijk voor het netwerk van de student, door een groot netwerk is het voor de student aan het einde van hun studie makkelijker om een baan te vinden. En door praktijk situaties bij een bedrijf te hebben ondervonden kunnen ze beoordelen of dat bedrijf wellicht iets voor hem of haar is.

Over het algemeen kan er dus geconcludeerd worden dat praktijk echt iets is waar de studenten meer naar verlangen, dit om te ontdekken wat wel of niet bij hen past maar ook om een sterk en goed netwerk op te bouwen in de sector.

Als er gekeken wordt naar wat studenten nu al doen in de laatste fase van hun studie is er te zien dat 54% al oriënteert naar een toekomstige functie, echter zijn er hiervan maar 3 die actief aan het oriënteren zijn. Zo heeft er 1 al een baan gevonden, is er 1 aan het solliciteren en is er 1 in gesprek met bedrijven. De rest is enkel aan het kijken naar vacatures maar niet actief aan het solliciteren of netwerken.

6.2.2 Welke baan mogelijkheden zijn er momenteel met hun studie?

Opvallend is dat in de antwoorden bijna geen enkele respondent dezelfde functie doet, hiermee worden de resultaten uit het vooronderzoek bevestigd. De mogelijkheden met de studie bedrijfskunde en agribusiness zijn enorm groot. Zo zijn er afgestudeerden werkzaam als administratief medewerker, als ondernemer maar ook als kwaliteitsmedewerker. Wat we ook zien is dat er afgestudeerden de agrarische sector verlaten, of nog aan het doorstuderen zijn. Zo zijn er 2 aan het doorstuderen en werken er ongeveer 5 afgestudeerden buiten de sector en is er maar 1 werkloos.

Er kan dus geconcludeerd worden dat de mogelijkheden groot zijn, van de 55 respondenten is maar 1,8 % werkloos. De rest is allen werkzaam maar in verschillende bedrijven, ongeveer 5 zijn docent en verder zijn de functies enorm wisselend. Deze lijst kan als voorbeeld gebruikt worden bij de promotie van de studie, maar ook bij de oriëntatie gesprekken bij W&S bureaus.

6.2.3 Waarom maken ze de keuze? Wat was hierbij bepalend?

Blijkbaar hechten de studenten een grote waarde aan de stages binnen hun studie. Ook bij de vraag hoe ze denken een baan te vinden is er 17 keer het woord stage benoemd in een antwoord. De vraag was hoe studenten denken een baan te vinden na hun studie, velen denken dit te vinden door blijven te hangen bij hun afstudeerstage. In principe is deze manier van het vinden van een baan vrij passief en denken de studenten dat ze vrij "makkelijk" bij het eerste beste bedrijf kunnen en willen blijven. De studenten kijken niet verder en daardoor krijgen ze geen ervaringen bij andere bedrijven. In de antwoorden is ook te zien dat het vooral 3e jaar studenten zijn die zeggen dat ze bij hun stage blijven werken, de studenten in het 3e jaar denken waarschijnlijk nog te makkelijk en hebben verder nog niet veel georiënteerd. Ook gaan ze er vanuit dat hun stage geweldig zal zijn en ze er graag blijven werken, in praktijk kan dit heel anders uitpakken. Voor vele studenten is het dan ook belangrijk dat ze tijdens hun studie meerdere stages hebben gelopen, zo komen ze er voor hun eind stage al achter dat ze ook verder moeten kijken dan alleen de stage bedrijven.

Op LinkedIn zijn veel banen te vinden, en zijn recruiters actief om kandidaten te werven. Opvallend genoeg zijn er maar weinig respondenten die denken via LinkedIn een baan te vinden. Zo denken er maar 7 respondenten dat ze via onder andere LinkedIn een baan zullen gaan vinden. Dit is opvallend want de studenten krijgen allen een training LinkedIn, en met dit medium kunnen ze makkelijker een netwerk opbouwen en gezien worden.

Enkel bij de 4e jaars kwamen er een aantal antwoorden naar boven waarbij er gesproken is over werving en selectie bureaus. Op basis van 42 antwoorden is hier maar 9,5% keer aangedacht, wat erg laag is. Opvallend is dat er totaal geen 3e jaars zijn die hier aan hebben gedacht, dit zou kunnen zijn omdat deze nog niet mee in aanraking zijn geweest of de bedrijven helemaal niet kennen. Bij het zoeken naar een baan kan een recruiter van een werving en of selectie bureau helpen bij het vinden van een geschikte baan. Deze mensen spreken veel werkzoekende maar aan de andere kant ook veel bedrijven die opzoek zijn naar personeel. Doordat ze veel ervaring hebben in het selecteren van geschikte mensen kunnen ze werkzoekende goed helpen in welke richting ze zouden kunnen gaan werken. Voor studenten zou het kunnen helpen een richting te bepalen of helpen te oriënteren wat er nou aan banen zijn.

In welk vakgebied de studenten willen werken is erg wisselend, zoals ook in het vooronderzoek is aangegeven is het een vrij generalistische studie. De studenten kunnen vele richtingen op, zowel binnen de sector als buiten de sector. Wel zijn de meeste studenten uiteindelijk gericht om als vakspecialist aan het werk te gaan. Dit zal komen omdat het vooral studenten zijn met een agrarische achtergrond, deze kiezen specifiek voor deze studie aangezien dit affiniteit heeft met deze sector. Maar ook willen velen aan de slag als vertegenwoordiger of in de zakelijk dienstverlening of boekhouding. Ondernemerschap zien we niet veel terugkomen in de antwoorden, de meeste studenten willen toch wel voor een baas gaan werken. Ook is er maar één student die echt niet weet in welke richting hij of zij wil gaan werken. Dit is een goed teken, vele studenten weten dus wel ongeveer in welke richting ze willen gaan werken.

Doorgroeimogelijkheden en afwisseling op het werk zijn bij de meeste studenten het belangrijkste, of het werk nou op HBO niveau is vinden ze het minst belangrijkste. Ook vinden ze het salaris minder belangrijk. In de antwoorden is te zien dat ze het belangrijkste vinden dat ze plezier in hun werk hebben door middel van afwisseling en een goede sfeer. Ook zijn de studenten ambitieus en vinden ze het belangrijk dat er ruime doorgroeimogelijkheden zijn in de functie. Maar ook de afstand tot het werk vinden sommigen een belangrijk aspect. Wat ook een opvallende reactie was is, hoe de buitenwereld (vrienden en kennissen) tegen het bedrijf aankijken. Waarschijnlijk zijn er meerdere studenten die dit onbewust ook hebben, maar er niet over nadenken!

6.2.4 Hoe kijken afstuderende aan tegen werving en selectie bureaus?

Zoals ook in het vooronderzoek aangegeven (hoofdstuk 1.8) kunnen werving en selectie bureaus studenten helpen met de zoektocht naar hun eerste baan. Zo hebben ze de mensen kennis doordat ze veel werkzoekende spreken en spreken ze veel bedrijven die werknemers zoeken. De 3e en 4e jaars studenten zijn dan ook de doelgroep waarbij werving en selectie bureaus bekend zouden moeten zijn. Toch is het niet het geval dat iedereen hen kent, de meerderheid kent zelfs geen werving en selectie bureau.

De studenten die bekend zijn met werving en selectie bureaus spreken grotendeels positief over de bureaus, maar er zijn maar weinig die concreet bekend zijn met deze bureaus. Dit zal waarschijnlijk komen omdat deze nog niets te maken hebben gehad met dergelijke bureaus. Veel studenten denken dat ze zelf een baan kunnen vinden en hiervoor geen dergelijke bureaus nodig zijn. Ze zien niet de voordelen van een bureau in en zien niet goed hoe ze gebruik kunnen maken van hun netwerk.

“Vaak via LinkedIn en vind het wat onpersoonlijk. Krijg al gauw het gevoel dat je een van de zoveel bent die wordt benaderd”

Een reactie die meerdere keren wordt gegeven is dat bureaus alleen aan zichzelf denken en niet kijken naar wat ze voor meerwaarde zijn voor de kandidaat. Bureaus zouden met al deze reacties hun voordeel kunnen doen, als ze zien hoe ze door de studenten of ook wel kandidaten worden gezien zouden ze hier rekening mee kunnen houden. Ook zouden ze iets kunnen doen met de succes verhalen van kandidaten die er blij mee zijn geweest en echt de voordelen van een bureau zien. Positieve kandidaten kunnen het negatieve geluid tegenspreken. Een van de positieve reacties die er uit kwam was:

Ben altijd geïnteresseerd wat voor vacatures ze aanbieden. En of dat wat voor mij zou kunnen zijn.

Dit zijn geluiden waar ze zichzelf makkelijk mee kunnen verkopen, een student hoeft er niets voor te doen. De vacatures worden in hun schoot geworpen en ze hoeven alleen ja of nee te zeggen.

6.3 Conclusie hoofdvraag

- Hoe kunnen W&S bureaus in Nederland starters op de agrarische arbeidsmarkt, die in de afgelopen 3 jaar studeren/studeerden aan een agrarische hogeschool in Nederland ondersteunen bij het zoekproces naar hun eerste baan? -

Tijdens dit onderzoek is goed in kaart kunnen brengen wat de doelgroep momenteel al doet in de zoektocht naar een geschikte startersfunctie. Er is onderzocht naar hun mening over een W&S bureau en hoe ze zelf denken hier bij ondersteund te worden.

Er is gebleken dat studenten tijdens hun studie nog relatief weinig doen aan voorbereiding op het werkveld, ook is hier volgens hun te weinig aandacht aan besteed door de hogeschool tijdens hun studie. Dit gat kan opgevuld worden door W&S bureaus, deze hebben de kennis en kunnen met deze kennis de behoeften van de studenten voorzien zonder extra inspanning van de hogeschool.

Ook is er te zien dat de meeste studenten nog niet weten wat ze precies na hun studie willen doen, zo weet de helft van de studenten wel wat ze ongeveer willen gaan doen maar tot een concrete baan of bedrijf komen ze niet. Er is dan ook een groot gat te zien tussen de banen die afgestudeerden doen en wat studeren de denken dat ze willen doen na hun studie. Uit het vooronderzoek bleek al dat de mogelijkheden groot zijn na de studie agrarische bedrijfskunde, maar uit het onderzoek blijkt ook dat alle studenten ook écht alle kanten opgaan.

Hoe W&S bureaus hierop kunnen inspelen is door het gat op te vangen waarbij de studenten te weinig ondersteuning krijgen, dit kan in combinatie met het overzicht wat de mogelijkheden zijn voor de studenten. Dit is grotendeels in kaart gebracht bij de alumni enquête. In het hoofdstuk aanbeveling zal toegelicht worden hoe dit gedaan kan worden.

6.4 Aanbevelingen

De aanbevelingen zijn gericht op hoe een w&s bureau kan inspelen op de behoeftes van de studenten, dit is gedaan op zowel korte als lange termijn. Hierop gebaseerd kunnen de bureaus een plan maken waarmee ze verbetering bieden voor de ondersteuning van de studenten in de laatste fase van hun studie bedrijfskunde en agrifoodbusiness.

6.4.1 Korte termijn

Zowel in het vooronderzoek als in het onderzoek zelf is te lezen dat er voor de studenten vele mogelijkheden zijn om in te starten. Zelf weten ze nog niet wat ze willen of weten ze globaal wat ze willen, maar weinig studenten hebben al een specifieke functie voor ogen waarin ze willen starten en bij welk bedrijf.

De basis hiervoor ligt bij het campusrecruitment, dit kan zowel door een HR afdeling van een bedrijf worden gedaan maar ook door W&S bureaus. W&S bureaus kunnen met hun kennis hier mooi op in spelen zo kunnen W&S bureaus de studenten helpen te oriënteren, echter weten vele van deze studenten ze niet te benaderen of hebben ze er een negatief gevoel bij. Dit kan opgelost worden door het verlagen van de drempel, momenteel moeten studenten écht een drempel over om deze dergelijke bedrijven te benaderen. Ze moeten zelfstandig hen benaderen, of ze worden benaderd wat vervolgens al snel opdringerig wordt ervaren. In de ideale situatie komt iedere student uit zichzelf bij het bureau om zo het gesprek aan te gaan, wanneer het uit de student zelf komt is er een interne motivatie om dit te doen, tevens brengt het geen negatieve lading met zich mee.

Er zijn meerdere manieren om het voor de studenten laagdrempeliger te maken om hier contact mee op te nemen. Een van deze manieren is een inloop moment in de hogeschool waar de studenten studeren, dit inloop moment hoeft dan niet specifiek voor arbeidsmarkt oriëntatie te zijn maar de insteek kan ook zijn om bijvoorbeeld een CV of sollicitatie brief te laten controleren. Hierdoor is er in een informele sfeer een gesprek mogelijk met het initiatief vanuit de student zelf. Wanneer de studenten eindelijk aan tafel zitten is het makkelijker een gesprek te voeren dan online, ze moeten immers aan tafel wel antwoord geven. Het is van belang hier vertrouwen te wekken en wanneer de studenten een vraag hebben of opzoek zijn naar mogelijkheden op de arbeidsmarkt moet hier de mogelijkheid toe zijn. Ook is het mogelijk in dit moment een oriëntatie gesprek te voeren, dit kan gecombineerd worden bij bijvoorbeeld een banen plan. Hier kan de consultant of recruiter van het W&S bureau de mogelijke functies die bij die student past mee geven. Ze kunnen samen een plan opstellen hoe ze die gaan vinden, of de student er eerst zelf over na laten denken.

Ook moeten de medewerkers van W&S bureaus meer zichtbaar zijn op school, dit kan zijn in de vorm van een training maar dan zal dit wel kleinschalig moeten gebeuren. Er moet de mogelijkheid zijn om met de studenten even een op een te kunnen spreken. Zo wordt er een vertrouwens band opgebouwd, dit zal belangrijk zijn om de studenten het vertrouwen te geven en contact op te nemen met dit bureau wanneer ze in de fase zitten dat ze opzoek zijn. Het is belangrijk dat de medewerkers van een W&S bureau op dat

moment niet dwingen of drammerig overkomen, dit is iets wat terug te horen is in de enquêtes ook is er te horen dat ze commercieel over komen dit is belangrijk om rekening mee te houden.

Dus op korte termijn:

- Meer zichtbaarheid op de hogescholen
- Inloop spreekuur op de hogescholen
- Vertrouwen opwekken bij de studenten zonder commercieel oogpunt

6.4.2 Lange termijn

De basis zal blijven liggen bij het campus recruitment, wel is het belangrijk ook te plannen hoe dit probleem op lange termijn getackeld kan worden. Een strategie hiervoor kan vastgelegd worden in een zogenoemd campus recruitment strategie, dit kan op verschillende manieren. Hieronder zal ik aangeven hoe dit het beste aangepakt kan worden:

1. Vaststellen van de behoeftes

Het is in de start fase bij het maken van het campusrecruitment plan belangrijk de resultaten uit het onderzoek mee te nemen. Hierin is duidelijk geworden waar de behoeftes van de studenten liggen, zo is er bijvoorbeeld meer behoefte aan concrete functies die ze kunnen beoefenen tijdens hun studie. Ook willen ze tijdens hun studie meer in aanraking komen met het bedrijfsleven, wanneer een bureau hier kennis van heeft kunnen ze doormiddel van dit plan hier naartoe werken.

Vanuit de behoeftes kan een dergelijk bureau bepalen welke strategie ze gaan handhaven, dit kan bijvoorbeeld zijn het uitbouwen van de korte termijn aanbevelingen die ik heb uitgeschreven. Bijvoorbeeld een samenwerking voor lange termijn aangaan met een hogeschool de deze betreffende studie aanbied.

2. Belangrijkste doelgroepen

De doelgroep is ook al gedefinieerd in dit onderzoek, maar deze kan ook uitgebreid worden naar heel studeren agrarisch HBO. maar het is wel belangrijk om deze in zeker mate af te bakenen. Voor dit onderzoek is het van belang dat de agrarische bedrijfskundige die generalistisch kiest een makkelijkere keuze te laten maken deze doelgroep is heel anders dan een dier en veehouderij student.

3. Het begrijpen van de doelgroep

Als we dan verder ingaan op de doelgroep is er in dit onderzoek al veel voorbij gekomen over de kenmerken van deze doelgroep, zo is de bedrijfskundige student een veranderaar maar is een kenmerk van de huidige generatie dat ze ambitieus maar ook lui kunnen zijn. Dit zijn allemaal aspect om mee te nemen in de strategie want je immers de plank niet misslaan!

4. USP bepalen

Het is belangrijk de USP's van je organisatie te bepalen, want waarom zouden ze juist voor een bureau kiezen? Studenten zullen dit niet doen zodat ze geld aan je verdienen. Maar wel als ze zien dat ze op een laagdrempelige manier geadviseerd kunnen worden over de mogelijkheden op de arbeidsmarkt. Wat ook veel studenten aangeven is dat ze vaak zelf wel een baan kunnen vinden, wat dan een USP zou kunnen zijn is dat een bureau misschien een droom baan kan vinden waar ze zelf nooit aan zouden hebben gedacht. Een optimale USP bevat attributen en communicatiethema's die aantrekkelijk, eerlijk, geloofwaardig en duurzaam zijn, en die het mogelijk maken om je als bureau te differentiëren van je concurrenten.

5. KPI's opstellen

KPI's staat ook wel voor kritische prestatie indicatoren, hiermee ga je je doel afbakenen of ook wel kijken naar hoe je je activiteiten kunt meten. Op basis van de bij het vorige punt ga je meeteenheden hangen aan je doelen hiermee ga je bepalen hoe je meet of je doelen behaald zijn of dat je op koers ligt. Een voorbeeld van een KPI in deze situatie kan zijn het aantal sollicitaties, of het aantal gesproken studenten. KPI's zijn fijne meetinstrumenten, zo weet je wanneer je je doelen hebt behaald dat je op de goed weg bent, en als je ze niet behaald dat je moet bijsturen.

6. Communicatie strategie opstellen

Na het vormen van de KPI's moet de basis van het campusrecruitment plan worden opgesteld, en dat is je communicatie strategie. Via welke middelen gaan de studenten benaderd worden, dit kan het beste in kleine groepen en niet online. Zo kun je het beste een vertrouwensband met je relaties opbouwen en dat is wat immers belangrijk is. Vervolgens zal er gekeken worden naar waar de focus gelegd zal moeten worden, dit zal zijn: bekendheid opbouwen, contact leggen, vertrouwen winnen. Ook hierbij is het belangrijk goed mee te nemen dat je je doelgroep kent, weet hoe ze denken en hoe ze in elkaar steken. Uit dit onderzoek blijkt namelijk dat ze bureaus opdringerig kunnen vinden, of dat ze bureaus te commercieel vinden. Neem deze punten mee, en laat zien dat jullie anders zijn als de rest. Maar neem ook mee dat deze generatie lui en ambitieus kan zijn, zo kunnen zo hoge eisen stellen maar hebben ze geen zin om er zelf moeite voor te doen.

7. Campusrecruitment jaarplan

Wanneer alle belangrijke aspecten in de eerste 6 punten zijn behandeld is het van belang om de jaarplanning te maken, wanneer er de samenwerking met de scholen aangegaan wil worden is het van belang hierbij het jaarrooster van de hogeschool te leggen. Speel hierop in, zo weet je dat studenten niet in vakanties de moeite nemen met deze punten bezig te gaan, gebruik deze tijd om je plan bij te stellen of tussentijds te evalueren. Hier is ook direct weer te merken, ken je doelgroep! Hierbij is het verder belangrijk een goede relatie met de hogeschool op te bouwen.

8. Ontwikkelen communicatie middelen

Herkenbaarheid is belangrijk, zo is het belangrijk je communicatie middelen aan te laten sluiten bij het doel van je plan en bij je doelgroep. Het is goed om voor een herkenbare campagne stijl te kiezen, maar ook een welke herkenbaar is en in een lijn is. Maar het aanspreekbaar voor je doelgroep, dit kun je zelf doen maar kun je ook laten uitbesteden aan een extern bureau die hiervoor de expertise heeft.

9. Uitvoeren

Nu is het mooi dat er een plan ligt voor het campusrecruitment, en het helpen van de agrarisch bedrijfskundige student. Maar het is nu wel van belang om de KPI's die gesteld zijn te blijven controleren, stel ze waar nodig bij en blijf de feedback verwerken. Het is belangrijk dat je luistert naar je doelgroep, probeer te weten te komen wat ze vinden van je strategie en ga hier weer mee aan de slag. Maar kijk ook of ze door je handelen beter weten wat ze willen na hun studie, want dit is immers waarvoor dit plan wordt gemaakt.

Bibliografie

- allesovermarktonderzoek. (2021). *Online onderzoek*. Opgehaald van <https://www.allesovermarktonderzoek.nl/onderzoeksmethoden/online-onderzoek/>
- Baarda, B. (2019). *Dit is onderzoek!* Groningen/Utrecht: Noordhoff Uitgevers bv.
- Biemans, D. M. (2014). *HRM voor managers*. Den Haag: Boom Lemma.
- CAH Vilentum, HAS hogeschool, Van Hall Larenstein, InHolland. (2013). *Landelijk opleidingsprofiel Bedrijfskunde en Agribusiness*. Opgehaald van https://www.vereniginghogescholen.nl/system/profiles/documents/000/000/156/original/bedrijfskunde_20agribusiness_eindkwalificaties.pdf?1437556757
- CBS. (2020). *In welke richting studeren jongeren af?* Opgehaald van CBS: <https://longreads.cbs.nl/nederland-in-cijfers-2020/in-welke-richting-studeren-jongeren-af/>
- CBS. (2021, Februari 16). *Ontwikkelingen op de arbeidsmarkt in vierde kwartaal minder turbulent*. Opgehaald van CBS: <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2021/07/ontwikkelingen-op-de-arbeidsmarkt-in-vierde-kwartaal-minder-turbulent>
- CBS StatLine. (2021, januari 29). *Ho; gediplomeerden, soort diploma, studierichting, migratieachtergrond*. Opgehaald van CBS StatLine: <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/83893NED/table?dl=410DD>
- Dessel, G. v. (2011, Juni). *Net Promoter Score (NPS) - use, application and pitfalls*. Opgehaald van Checkmarket: <https://www.checkmarket.com/blog/net-promoter-score/>
- Groot, R. A. (2004). Uitbesteding van werving en selectie. *Tijdschrift voor HRM*, 61-89. Opgehaald van <https://repository.ubn.ru.nl/bitstream/handle/2066/59158/59158.pdf>
- Grotenhuis, R. v. (2020). *Arbeidsmarkt Colland 2020*. Delft: ABF Research. Opgehaald van <https://edepot.wur.nl/462995>
- Halton, C. (2019, Juli 23). *What Is a Yuppie?* Opgehaald van Investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/y/yuppie.asp>
- Landelijk Opleidingsoverleg Bedrijfskunde (LOOBK). (2018). *Landelijk Opleidingsprofiel Bedrijfskunde*. Opgehaald van <https://www.vereniginghogescholen.nl/system/profiles/documents/000/000/116/original/bedrijfskunde.lop.2018.pdf?1540977619>
- Launspach, T. (2019). *Werken met millennials: Leidinggeven aan een nieuwe generatie*. Amsterdam: Het Spectrum bv.
- Leeuw, P. D. (2005). *Bedrijfskundige methodologie*. Assen: Koninklijke van Gorcum .
- Peacock your talent. (2020). *Wie of wat is een Young Professional*. Opgehaald van Peacock your talent: <https://www.peacockyourtalent.com/wie-of-wat-is-een-young-professional/>
- S. Wagenaar, K. v. (2021). *UWV arbeidsmarktprognose 2021*. Amsterdam: UWV. Opgehaald van <https://www.uwv.nl/overuwv/Images/uwv-arbeidsmarktprognose-2021.pdf>
- Smit-Cornelder, T. G. (2019). Leidinggeven aan millennials en generatie Z. *Podosophia* 27, 124-126. Opgehaald van <https://www.smitcornelder.nl/wp-content/uploads/2020/02/Leidinggeven-aanmillennials-en-generatie-Z.pdf>
- Studiekeuze123. (sd). *Bedrijfskunde*. Opgeroepen op 10 20, 2020, van Studiekeuze123: <https://www.studiekeuze123.nl/studies/34035-bedrijfskunde-hbo-bachelor>
- Studiekeuze123. (sd). *Bedrijfskunde en Agribusiness*. Opgeroepen op Oktober 20, 2020, van Studiekeuze123: <https://www.studiekeuze123.nl/studies/34866-bedrijfskunde-en-agribusiness-hbo-bachelor>

Bijlage 1. Antwoorden enquête studenten



Hoe vind je als
agrarisch bedrijfsku

Bijlage 2 Enquête alumni netwerk



Onderzoek
Alumni(1-55).xlsx