

Onderdelenbehoefte van akkerbouwbouwbedrijven

Het inspelen van mechanisatiebedrijven op de onderdelenbehoefte van akkerbouwbouwbedrijven in Noord-Nederland

Rick Hilberink
3005532

Agrotechniek en management

Aeres Hogeschool Dronten

Augustus 2017

Onderdelenbehoefte van akkerbouwbouwbedrijven

Het inspelen van mechanisatiebedrijven op de onderdelenbehoefte van akkerbouwboubedrijven in Noord-Nederland

Afstudeeronderzoek

Begeleider Aeres Hogeschool Dronten: Dhr. A. Pot

Nieuw-Balinge, augustus 2017

Voorwoord

Voor het voltooien van de opleiding Agrotechniek en management aan de Aeres Hogeschool te Dronten heb ik onderzoek uitgevoerd naar het inspelen van mechanisatiebedrijven op de onderdelenbehoefte van akkerbouwbedrijven. Hiermee heb ik inzicht gekregen in de wijze waarop akkerbouwbedrijven tegen de mechanisatiebedrijven aankijken. De opdracht is tot stand gekomen na persoonlijke communicatie met mechanisatiebedrijven en mijn eigen ervaring uit de akkerbouw.

Graag wil ik de heer Pot en mevrouw Meijer bedanken voor hun medewerking bij de totstandkoming van de onderzoeksvragen en de uitvoeringsmogelijkheden voor het onderzoek.

Nieuw Balinge, augustus 2017

Rick Hilberink

Inhoudsopgave

Samenvatting.....	4
Summary	5
1 Inleiding	6
1.1 Brede kader	6
1.2 Theoretisch kader	8
1.2.1 Afbakening.....	10
1.3 Hoofd- en deelvragen.....	11
1.4 Doelstelling.....	11
2 Aanpak.....	13
3 Resultaten.....	15
3.1 Deelvraag 1: hoe ziet de bedrijfstak van landbouwmechanisatiebedrijven er in Noord-Nederland uit?.....	15
3.2 Deelvraag 2: hoe wordt op dit moment door mechanisatiebedrijven ingespeeld op de wensen en behoefte van akkerbouwbedrijven in Noord Nederland?	20
3.3 Deelvraag 3: wat zijn de wensen en behoeftes van akkerbouwbedrijven in Noord-Nederland bij het leveren van landbouw gerelateerde onderdelen?.....	22
3.4 Deelvraag 4: hoe ziet de toekomstvisie volgens groothandels en marketingbureaus eruit van de onderdelenlevering aan akkerbouwbedrijven voor de komende 5 jaar?	24
4 Discussie	25
4.1 Kritische reflectie.....	26
5 Conclusie en aanbevelingen	28
5.1 Conclusie	28
5.2 Aanbevelingen.....	28
6 Bronnenlijst	29
Bijlagen	32
1. Enquêtevragen akkerbouwbedrijven	32
2. Interviewvragen mechanisatiebedrijven.....	34
3. Interviewvragen branchevereniging, marketingbureaus en experts	35
4. Uitkomsten enquête.....	36

Samenvatting

Naar aanleiding van de sterke ontwikkelingen in de agrarische sector in de vorm van de schaalvergroting is onderzoek gedaan naar de wensen en behoeften op gebied van onderdelenlevering van akkerbouwers. Door de toename van onderdelenleveranciers welke hun aanbod onder andere online tonen, is het reëel dat de wensen en behoeften van akkerbouwers zullen en/of kunnen veranderen. Dit geheel heeft ervoor gezorgd dat de volgende hoofdvraag tot stand is gekomen: Hoe kunnen mechanisatiebedrijven in Noord-Nederland inspelen op de onderdelenbehoeften van akkerbouwbedrijven de komende vijf jaar?

Om een goed beeld te krijgen van de wensen en behoeften van akkerbouwers is een enquête uitgezet. De keuze voor de enquête had als voornaamste reden het bereiken van een zo groot mogelijk deel van de doelgroep en hierbij een zo objectief mogelijke onderzoek uitslag te verkrijgen. Na het uitvoeren van een enquêteonderzoek onder akkerbouwers in Noord-Nederland is er gebleken dat de vraag naar verandering kleiner is dan verwacht. Zo zijn akkerbouwbedrijven in slechts beperkte mate geïnteresseerd in het onlineaanbod. Ook is de bestelwijze bij het overgrote deel op locatie van de leverancier. De huidige akkerbouwers zien beperkte meerwaarde in het gebruiken van nieuwe technieken bij het bestellen van onderdelen. Naast de geënquêteerde bedrijven zijn er interviews gehouden met mechanisatiebedrijven en bedrijven buiten de agrosector. Dit heeft geresulteerd in een visie vanuit de sector en ook daarbuiten. Opvallend is dat beide visies niet in overeenstemming zijn. Zo geven mechanisatiebedrijven aan zich zoveel mogelijk aan te passen aan de wensen van de klant en ziet men dit ook als beste methode om in de toekomst onderdelen te kunnen blijven leveren.

Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden, is gebruik gemaakt van meerdere onderzoeksmethodes zoals hiervoor genoemd. Hieruit is naar voren gekomen dat mechanisatiebedrijven zich aanpassen aan de vraag van de klant en beperkt meegaan met nieuwe vindingen zoals van buiten de sector bekend is. Voor mechanisatiebedrijven houdt dit in dat bedrijven buiten de sector welke onderdelen kunnen leveren aan akkerbouwers de komende jaren mogelijk een grote voorsprong kunnen krijgen. Deze voorsprong zal wel plaatsvinden bij een beperkt publiek gezien de ontwikkeling dat een steeds grotere groep het machinepark op gebied van onderhoud onderbrengt bij een dealer.

In het geval mechanisatiebedrijven de komende jaren koploper willen zijn en blijven op gebied van onderdelenlevering waarbij de arbeid door de koper zelf verricht wordt, zal er een veranderslag moeten worden gemaakt op gebied van onderdelenlevering. Dit niet gelet op de vraag vanuit de markt, maar juist op het gebied van technische mogelijkheden zoals deze ook buiten de agrosector bekend zijn. Zo zal er niet altijd gevraagd worden naar technische mogelijkheden welke niet bekend zijn, maar wel gezocht wordt naar mogelijkheden welke bekend zijn ook al is dit buiten de sector.

Summary

In response to the developments in the agricultural sector in the form of scale enlargement, research has been conducted into the wishes and needs in terms of parts delivery of farmers. Due to the increase of parts suppliers who, among other things, show their offer online, it is real that the wishes and needs of farmers will and/or may change. This was the reason that the following main question was drawn up: how can mechanization companies in the North of the Netherlands respond to the components parts needs of farmers over the next five years?

In order to get a good impression of the wishes and needs of components? parts needs of farmers, a survey has been plotted. The decision for the survey was, as a main reason, to achieve a target group as large as possible to obtain research results as objective as possible. After conducting the survey among farmers in the North of the Netherlands, it has been found that the request for change is lower than expected. For example, farmers are less interested in the online offer. Most of the farmers deliver their products at the suppliers location. Today's farmers, see limited added value in using new techniques for ordering parts. In addition to the surveyed companies, interviews have been held with mechanization companies and companies from other sectors. This has resulted in a vision from the sector and from outside the sector. It is notable that both visions are not the same. Mechanization companies indicate to adapt themselves as much as possible to the wishes and needs of the customers and they think this is also the best way to deliver parts in the future.

In order to answer the main question, various research methods has been used as mentioned above. It has emerged that mechanization companies adapt themselves to the demand of the customer and do not respond to innovation from outside the agro sector. This means, for mechanization companies, that companies from outside the sector which deliver parts to farmers could come out with an advantage the next few years. However, this advantage will take place at a few companies, because of the development that an ever-increasing group of farmers will bring the machines to dealers for servicing.

If mechanization companies want to be and remain the leader in terms of parts delivery in the next few years where the work is carried out by the buyer themselves, there has to be a change in terms of parts delivery. They do not have to look at the demand from the customers, but only at the technical possibilities from other sectors. The customers do not ask for technical possibilities which are not possible, but they look at technical possibilities, also from other sectors.

1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt allereerst het brede kader behandeld. Hierin komt onder andere de aanleiding van het onderzoek aan bod. Na het brede kader wordt het theoretisch kader behandeld waarin wordt vermeld waarop gefocust wordt bij dit onderzoek, wat in de literatuur al bekend is over dit onderwerp en wat zelf onderzocht zal moeten worden omdat de informatie hierover nog niet bekend is. Hierna worden de deelvragen behandeld die beantwoord moeten worden om uiteindelijk antwoord te kunnen geven op de centrale vraag. Als laatste onderdeel van de inleiding wordt de doelstelling van dit onderzoek behandeld.

1.1 Brede kader

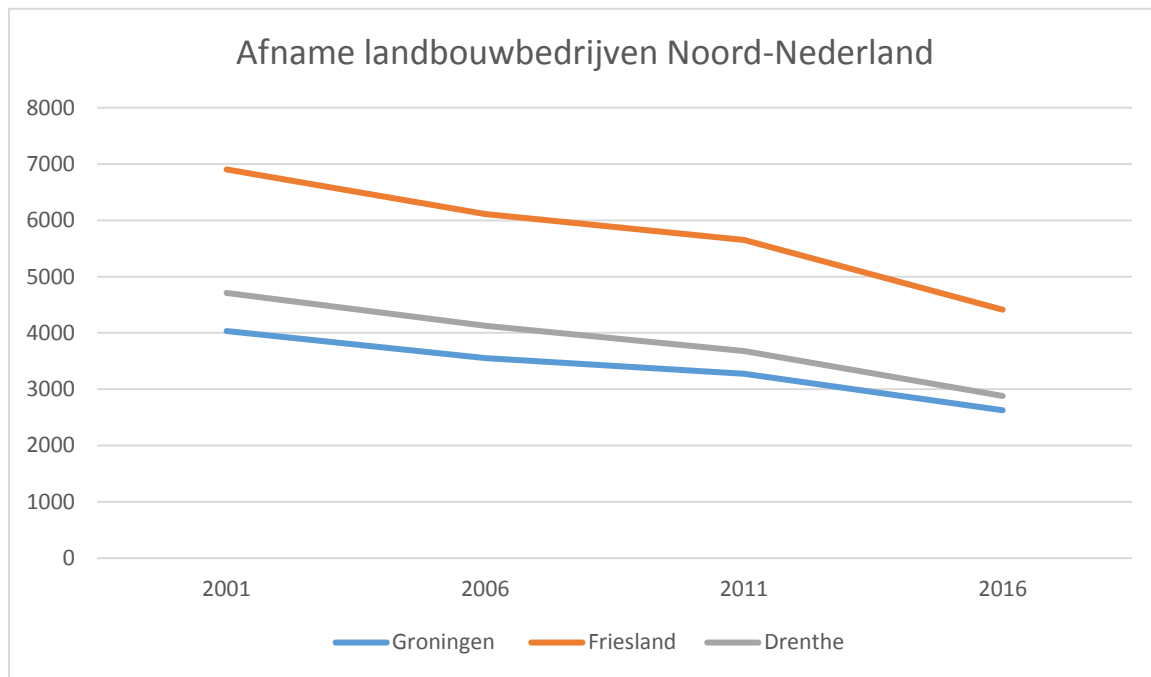
Uit een gesprek met de heer F. Oostema van Bakker Ulrum Imb is gebleken dat er een enorme verandering gaande is betreft het leveren van landbouwonderdelen. Volgens de heer Oostema heeft dit een aantal oorzaken. Eén daarvan is de schaalvergroting (persoonlijke communicatie, 18 januari 2017). Zowel uit het gesprek als uit de cijfers van het CBS blijkt dat het aantal landbouwbedrijven de laatste tien jaar enorm is gedaald (CBS, 2017). Zo blijkt in Noord-Nederland het aantal landbouwbedrijven in de afgelopen vijftien jaar gedaald te zijn met 36,6%, zie tabel 1 en figuur 1 (pagina 5). Landelijk blijkt de oppervlakte landbouwgrond de laatste vijftien jaar gedaald te zijn met slechts 7,8%, zie tabel 2. Dit houdt in dat er diverse bedrijven zijn gestopt, maar hiermee het te betelen areaal niet gekrompen. Ofwel de bestaande bedrijven zijn groter geworden.

Tabel 1. Aantal landbouwbedrijven.

	2001	2006	2011	2016
Groningen	4 034	3 545	3 277	2 627
Friesland	6 904	6 112	5 654	4 413
Drenthe	4 710	4 127	3 677	2 881
Totaal	15648	13784	12608	9921
Procentuele afname in 2016 t.o.v. 2001	36,6%			

Tabel 2. Oppervlakte landbouwgrond in hectare.

	2001	2006	2011	2016
Nederland	1 946 132	1 919 704	1 858 393	1 794 360
Procentuele afname in 2016 t.o.v. 2001	7,8%			



Figuur 1. Afname landbouwbedrijven Noord-Nederland.

Het gevolg van deze schaalvergroting zal mogelijk een andere vorm van bedrijfsvoering zijn door de huidige akkerbouwbedrijven. In deze bedrijfsvoering zal steeds meer gefocust worden op efficiënt werken. Deze efficiëntie is nodig, omdat er een groter areaal beteelt wordt dan hetzelfde bedrijf voorheen deed. De tijdsduur om deze percelen te bewerken zal niet toenemen met als gevolg dat er een hogere arbeidsproductiviteit gehaald moet worden. Deze verhoging van de arbeidsproductiviteit is onder andere op de volgende manieren te realiseren (Langedijk, 2017):

1. Efficiëntere bedrijfsvoering
2. Machinepark vergroten en of grotere machines
3. Optimale levering onderdelen ter voorkoming stilstand

Bij dit onderzoek wordt gericht op onderdeel 3. Het gaat hier om de optimale onderdelenlevering voor akkerbouwbedrijven door mechanisatiebedrijven. Hiervoor is gekozen, omdat er de laatste jaren steeds meer mogelijkheden zijn betreft het verkrijgen van onderdelen en de ontwikkelingen in de agrarische sector. Deze ontwikkelingen zullen worden toegelicht in paragraaf 1.2.

Door verhoging van de arbeidsproductiviteit zullen de behoeftes van akkerbouwbedrijven naar onderdelen naar verwachting veranderen (Silvis, Bont de, Helming, Leeuwen van, Bunte & Meijl van, 2009). Belangrijke spelers in de markt voor het leveren van onderdelen zijn mechanisatiebedrijven. Bij deze onderdelen kan gedacht worden aan: servicedelen zoals filters, maar ook slijtdelen en reparatiedelen. Alle onderdelen met een toepassing voor tractoren, werktuigen en oogstmachines. Uit dit afstudeeronderzoek zal blijken wat de wensen en behoeften zijn van de huidige akkerbouwbedrijven betreft levering van onderdelen. De uitkomst van het onderzoek is relevant voor mechanisatiebedrijven om klanten optimaal te kunnen voorzien van gevraagde goederen. Per soort onderdeel kan er verschil zitten in de arbeid die wordt verricht bij de verwerking. Zo kan het onderdeel worden geplaatst door een mechanisatiebedrijf, maar ook door de akkerbouwer zelf.

De kern van het probleem dat in dit onderzoek centraal staat, is dat mechanisatiebedrijven niet exact weten wat de huidige akkerbouwbedrijven verwachten op het gebied van onderdelenlevering. Dit blijkt uit een gesprek met de heer Oostema. Dit is een probleem, omdat mechanisatiebedrijven mogelijk niet aan de behoefte kunnen voorzien die akkerbouwbedrijven hebben. In dit onderzoek is de doelgroep akkerbouwers in Noord-Nederland en de probleemeigenaar het mechanisatiebedrijf. Een mechanisatiebedrijf is een leverancier van machines bruikbaar voor de agrarische sector. Hierbij vooral gelet op het leveren van tractoren, werktuigen en oogstmachines en het leveren van de bijbehorende service zoals onderdelen, kennis en montage. Kortom, de aanleiding van dit onderzoek is de vraag vanuit de landbouwmechanisatie hoe men in kan spelen op de behoeften van akkerbouwers voor het leveren van landbouwonderdelen de komende vijf jaar.

1.2 Theoretisch kader

In deze paragraaf wordt beschreven wat reeds in de literatuur bekend is over de hoofd- en deelvragen die opgesomd zijn in paragraaf 1.3. De volgende aspecten omtrent akkerbouw worden omschreven:

Agrarische sector

Dit onderzoek wordt uitgevoerd in de agrarische sector. Dit is een sector die grondstoffen en voedsel levert, door middel van akkerbouw, bosbouw, tuinbouw, veeteelt en visserij (encyclo.nl, 2017). Gezien de onderzoeksvraag zal in het theoretisch kader de focus liggen op akkerbouwbedrijven. Uit landelijk onderzoek is gebleken dat men vanuit de agrarische sector een geleidelijke schaalvergroting verder ziet doorzetten. Dit ziet men gepaard gaan met meer gebruik van automatisering en mechanisering. De mechanisering ziet men vooral in het aanschaffen en werken met (nieuwe) machines.

Koopmotief van akkerbouwer

De levering van nieuwe technieken en machines gaat gepaard met een bepaalde keuze voor een leverancier. Zoals in tabel 3 te zien is, is service het belangrijkste koopmotief voor landbouwmachines. Hiermee wordt bedoeld: de levering van onderdelen, garantie en kennis vanuit de leverancier (Federatie Agrotechniek, Rabobank en AgroVak, 2008).

Tabel 3. Koopmotieven bij de aanschaf van een landbouwmachine (Federatie Agrotechniek, Rabobank en AgroVak, 2008).

Koopmotief	Bedrijfstak			Totaal
	Akkerbouw	Melkveehouderij	Loonwerker	
1: Milieu	7%	5%	9%	6%
2: Running costs	59%	56%	63%	58%
3: Ergonomie	20%	17%	21%	18%
4: Veiligheid	19%	20%	31%	21%
5: Merk	25%	18%	32%	22%
6: Service	69%	67%	61%	67%
7: Levensduur	43%	57%	47%	51%
8: Aanschafprijs	64%	61%	47%	60%
9: Restwaarde	20%	18%	30%	20%
10: subsidie(s)	19%	15%	8%	15%

De klant heeft steeds meer keuzemogelijkheden op gebied van service. Het leveren van onderdelen betreft een deel van de service. Zo zijn er fabrikanten die de mogelijkheid bieden hun machines op afstand te kunnen volgen en uit te lezen zodat bijvoorbeeld tijdig servicedelen kunnen worden verzonden, maar ook mankementen op afstand herkend worden (John Deere, 2014). Door de ontwikkeling dat steeds meer machines in contact met het internet staan, is het de vraag of mechanisatiebedrijven in hun service hierin moeten meegaan, maar ook wat de akkerbouwer zelf verwacht. Tot dusver was het rechtstreekste contact tussen leverancier en afnemer van groot belang. De vraag is of de nieuwe bedrijfsvoering van akkerbouwers passend bij de schaalvergroting dit contact zal willen behouden of dat dit van minder belang zal zijn (Boom van der, 2014).

Huidige situatie mechanisatiebedrijven

Het aantal mechanisatiebedrijven is de laatste jaren teruggelopen (Luman, 2008). Dit resulteert in een grotere fysieke afstand tussen mechanisatiebedrijven en akkerbouwers. De komende jaren zal het aantal bedrijven naar verwachting nog verder afnemen (Luman, 2008). Eén van de meest belangrijke redenen hiervoor is de schaalvergroting binnen de agrarische sector zoals ook te lezen is in het brede kader. Een andere reden is de toename van complexiteit in het machinepark (Luman, 2008). De huidige technieken verlangen steeds meer specialistische kennis waar mechanisatiebedrijven zich steeds specifiekier op richten. Een belangrijke afnemer van mechanisatiebedrijven zijn loonwerkers. Door de steeds verder toenemende schaalvergroting zal ook het aantal loonbedrijven verder afnemen en is de verwachting dat ook de behoefte aan machines zal gaan dalen (UWV, 2016). Wel zal er naar verwachting voor grotere machines worden gekozen met steeds meer geavanceerde technologie (ABN AMRO, 2007).

Uit een gesprek met F. Oostema is gebleken dat in de huidige situatie van mechanisatiebedrijven minder voorraad wordt gehouden door steeds snellere levertijden van leveranciers. Voor de klant betekent dit dat er een breder assortiment leverbaar is, maar de levertijd uitloopt tot een dag. Dit vanwege de voorraad die nu wordt opgeslagen in centrale magazijnen van leveranciers van mechanisatiebedrijven. Dit kunnen importeurs, maar ook fabrikanten of groothandels zijn. Volgens Oostema dienen de producten die besteld zijn bij het mechanisatiebedrijf in de huidige situatie door de klant zelf te worden opgehaald. Dit zou mogelijk in de toekomst verandert kunnen worden (persoonlijke communicatie, 18 januari 2017).

Verwachting toekomst mechanisatie

Mechanisatiebedrijven verwachten een compleet andere situatie te krijgen, gezien de steeds groter wordende rol van de fabrikant en importeur. De fabrikant en importeur geven steeds meer regels aan dealerbedrijven zoals verplichte uitstraling van het bedrijf, verkoop procedures en locatie. Aan de andere kant hebben mechanisatiebedrijven te maken met een veranderende markt waarin een akkerbouwer steeds meer mogelijkheden heeft om onderdelen te kopen, en mogelijk andere verwachtingen zal hebben betreft onderdelenlevering dan voorheen (Boom van der, 2016).

Online

Een belangrijke ontwikkeling die een steeds grotere rol speelt, is het online producten zoeken en kopen (CBS, 2017). Echter, voor agrarische bedrijven waren de mogelijkheden beperkt. In eerste instantie werden veel onderdelen geleverd door dealers, maar er zijn steeds meer leveranciers welke onderdelen aanbieden. Door het online aanbieden van deze producten is het voor (potentiële) klanten eenvoudig een overzicht te krijgen van het huidige aanbod en de bijhorende prijzen. Daarnaast worden deze producten in de meeste gevallen thuis bezorgd wat zorgt voor een voordeel

van de koper. Deze hoeft nu niet zelf naar een mechanisatiebedrijf te gaan. Zo proberen ook groothandels hier op in te spelen. Een voorbeeld hiervan is de firma Kramp uit Varsseveld. Deze firma levert producten aan mechanisatiebedrijven die door de akkerbouwers online kunnen worden opgezocht en besteld. Op deze manier leveren akkerbouwers een breed assortiment aan producten zonder zelf deze producten op voorraad te moeten hebben (Broek van den, 2011).

Samenvatting

Uit de diverse bronnen en onderzoeken die zijn gebruikt in deze paragraaf stond centraal dat er een aantal factoren zijn welke de levering van onderdelen zou gaan kunnen beïnvloeden. Vooroplopend de vraag vanuit de klant ofwel de akkerbouwer als gevolg van de schaalvergroting. Daarnaast de mogelijkheden vanuit de fabrikant en groothandel. Deze factoren kunnen door mechanisatiebedrijven mee worden genomen in de strategie voor het leveren van onderdelen.

Bij de literatuurstudie kwam naar voren dat de meeste marketingonderzoeken onder afnemers van mechanisatiebedrijven gericht zijn op het leveren van “nieuwe” machines waarbij service een klein onderdeel is. Uit bijvoorbeeld een onderzoek naar koopmotieven wordt gevraagd naar klanttevredenheid in de vorm van service, maar het specifieke deel betreft de onderdelenbehoefte van landbouwbedrijven wordt niet uitgebreid meegenomen (Federatie Agrotechniek, Rabobank en AgroVak, 2008).

1.2.1 Afbakening

Bij dit onderzoek wordt gefocust op de volgende gebieden:

Akkerbouwbedrijven

Gekozen is om te focussen op akkerbouwbedrijven, omdat er sprake is van stabiliteit in de akkerbouwsector. Deze stabiliteit is niet zo groot in bijvoorbeeld de veehouderij (RTV Noord, 2017). Deze stabiliteit geeft het voordeel bij dit onderzoek om een goede visie te kunnen geven. De akkerbouwbedrijven welke in dit onderzoek meegenomen worden, betreffen enkel bedrijven die gewassen telen in de open lucht. De kassenteelt wordt buiten beschouwing gelaten. Dit in kader van de grootte van het onderzoek.

Noord-Nederland

Bij dit onderzoek wordt gefocust op Noord-Nederland. De keuze voor Noord-Nederland heeft een aantal redenen. Zo wordt door diverse importeurs en fabrikanten gekozen het land te verdelen in drie regio's; noord, midden en zuid Nederland. Onder Noord-Nederland vallen Groningen, Friesland en Drenthe. Daarnaast blijkt dat er verschil zit in de mentaliteit tussen bijvoorbeeld een Groninger of een Limburger (CBS, 2017). Om het onderzoek zo min mogelijk te laten beïnvloeden door de mentaliteitsverschillen wordt gekozen het onderzoek in slechts één bepaalde regio te houden. De keuze voor specifiek Noord-Nederland is vanwege de beschikbaarheid van informatie in dit gebied.

Landbouwonderdelen

Bij dit onderzoek wordt gefocust op landbouwonderdelen. Deze onderdelen kunnen verschillen van reparatie- tot servicedelen met name geschikt voor tractoren, werktuigen en oogstmachines. Bij onderdelen valt te denken aan bijvoorbeeld filters, keerringen, lagers, maar bijvoorbeeld ook

slijtdelen. Het betreft voorraad welke redelijkerwijs in het magazijn ligt van een mechanisatiebedrijf. Deze onderdelen kunnen cruciaal zijn voor een optimale bedrijfsvoering van een akkerbouwer. Zo dient een machine met een mankement zo snel mogelijk weer aan het werk te kunnen om productieverlies te voorkomen. Er wordt in dit onderzoek bewust gekozen voor de levering van landbouwonderdelen gezien de grootte van het onderzoek. Bij dit onderzoek wordt alleen gekeken naar de onderdelen die door akkerbouwbedrijven gekocht worden en door eigen arbeid geplaatst of verwerkt worden. Hierbij wordt verwacht dat er geen arbeid wordt geleverd door de leverancier ofwel in dit geval het landbouwmechanisatiebedrijf.

Mechanisatiebedrijven

De leverancier welke centraal staat in dit onderzoek is het landbouwmechanisatiebedrijf, omdat deze met name de onderdelenvoorziening verzorgt voor de agrarische sector. Deze bedrijven leveren een tal van producten geschikt voor agrarische bedrijven met name geschikt voor tractoren, werktuigen en oogstmachines. De bedrijven die bij dit onderzoek betrokken zijn hebben een productgamma dat uit meerdere merken bestaat waaronder tenminste één dealerschap.

5 jaar

Het gehele onderzoek zal gedaan worden voor het realiseren van een visie voor de komende 5 jaar. De keuze van 5 jaar is specifiek gemaakt door het beleid vanuit de sector. In deze sector handelt men meestal naar aanleiding van een vijfjarenplan (Horst van der & Lentz, 2015).

1.3 Hoofd- en deelvragen

Naar aanleiding van het in de inleiding genoemde probleem is de volgende hoofdvraag opgesteld:

Hoe kunnen mechanisatiebedrijven in Noord-Nederland inspelen op de onderdelenbehoeften van akkerbouwbedrijven de komende vijf jaar?

De volgende vier deelvragen zijn opgesteld om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden:

1. Hoe ziet de bedrijfstak van landbouwmechanisatiebedrijven er in Noord Nederland uit?
2. Hoe wordt op dit moment door mechanisatiebedrijven ingespeeld op de wensen en behoefte van akkerbouwbedrijven in Noord Nederland?
3. Wat zijn de wensen en of behoeften van akkerbouwbedrijven in Noord-Nederland bij het leveren van landbouw gerelateerde onderdelen?
4. Hoe ziet de toekomstvisie volgens groothandels en marketingbureaus eruit van de onderdelenlevering aan akkerbouwbedrijven voor de komende 5 jaar?

1.4 Doelstelling

Met behulp van dit onderzoek verwacht de onderzoeker erachter te komen wat de wensen en behoeften zijn van akkerbouwbedrijven in Noord-Nederland betreft het leveren van landbouwonderdelen. Mede door de verandering zoals schaalvergroting, bemoeienis van fabrikanten en nieuwe technieken, waaronder een steeds meer internetafhankelijk bedrijfsleven wordt een

nieuwe manier van bedrijfsvoering verwacht en daarbij veranderende wensen van afnemers. Door middel van dit onderzoek wordt verwacht een goed beeld te krijgen van de sector. Daarnaast wordt een overzicht van de meest actuele ontwikkelingen betreft onderdelenlevering en de wensen en behoeften van akkerbouwers verkregen. Vervolgens kunnen de resultaten van het onderzoek door mechanisatiebedrijven in de sector gebruikt worden om het proces betreft leveringen te optimaliseren. Het antwoord op de vraag zal in de agrarische sector breed toepasbaar zijn. Dit wil zeggen: toepasbaar voor bedrijven die rechtstreeks onderdelen leveren aan akkerbouwers.

2 Aanpak

In dit hoofdstuk is beschreven hoe het onderzoek is gedaan. Per deelvraag is omschreven hoe een antwoord op de vraag is verkregen. Er is aangegeven of het om desk- of fieldresearch ging en of het fieldresearch kwantitatief of kwalitatief was.

Deelvraag 1: hoe ziet de bedrijfstak van landbouwmechanisatiebedrijven er in Noord-Nederland uit?

Voor de beantwoording van deze deelvraag is allereerst het DESTEP-model behandeld (Dekker, Master, Scherjon, Sweers & Onzen van, 2010). Dit model is gebruikt om verschillende aspecten in de markt van mechanisatiebedrijven stapsgewijs te kunnen analyseren. Bij de behandeling van het DESTEP-model is gebruik gemaakt van deskresearch. Bronnen zoals CBS, brancheorganisaties, vakbladen, overheid en de EU werden geraadpleegd. Na de behandeling van het DESTEP-model werd gekeken naar de marktomvang, marktgroei en marktontwikkelingen. Hierbij werd ook gebruik gemaakt van deskresearch. Door het uitwerken van deze deelvraag is overzicht gegeven van de huidige situatie. Vanuit dit standpunt is een deel van de hoofdvraag beantwoord, omdat in de beantwoording van de hoofdvraag een oordeel meegenomen moet worden van de huidige situatie van landbouwmechanisatiebedrijven.

Deelvraag 2: hoe wordt op dit moment door mechanisatiebedrijven ingespeeld op de wensen en behoefte van akkerbouwbedrijven in Noord Nederland?

Om deze deelvraag te beantwoorden was het noodzakelijk mechanisatiebedrijven te interviewen. Gekozen is voor interviews en geen enquêtes, omdat bij interviews doorgevraagd kon worden en zo inhoudelijk meer informatie kon worden verkregen. Hierdoor is het mogelijk "rijkere" data te verkrijgen in plaats van enquêtes te verspreiden om de huidige situatie in beeld te brengen (Reulink & Lindeman, 2005). Vier mechanisatiebedrijven zijn geïnterviewd. Gekozen is om te starten met vier, omdat wanneer vier bedrijven zijn geïnterviewd er mogelijk sprake zal zijn van saturatie. Verwacht wordt dat wanneer er meer dan vier interviews gehouden zal worden er geen nieuwe antwoorden komen en de interviews geen meerwaarde bieden. De gegevens van de mechanisatiebedrijven die benaderd zijn, zijn met behulp van deskresearch opgezocht (Imboverzicht, 2017). Het verwerken van de interviews is handmatig gebeurd. Hierbij zijn de resultaten per onderwerp verdeeld en de verschillen per interview zijn bekeken. Gezien de hoeveelheid van de interviews is dit mogelijk. De beantwoording van deze deelvraag is relevant voor de beantwoording van de hoofdvraag, omdat hierin duidelijk wordt gemaakt wat er op dit moment wordt gedaan aan het inspelen op de wensen en behoeftes van akkerbouwbedrijven. Deze feiten kunnen gebruikt worden bij het in kaart brengen van de mogelijkheden voor de komende vijf jaar.

Deelvraag 3: wat zijn de wensen en behoeftes van akkerbouwbedrijven in Noord-Nederland bij het leveren van landbouw gerelateerde onderdelen?

Om deze deelvraag te kunnen beantwoorden is gebruik gemaakt van kwantitatief fieldresearch. Dit kwantitatieve onderzoek houdt het enquêteren van akkerbouwbedrijven in Noord-Nederland in. Gekozen is voor enquêtes, omdat op deze manier een grote groep mensen bereikt kan worden. De doelgroep die geënquêteerd is, zijn akkerbouwbedrijven in Noord-Nederland. De enquête is uitgezet door middel van Google. De enquête is per mail verstuurd naar klanten uit het klantenbestand van de geïnterviewde bedrijven. De geënquêteerde bedrijven zijn anoniem. De digitaal te ontvangen antwoorden van de enquête zijn verwerkt met Google en zijn vervolgens toegevoegd in de bijlagen van het onderzoeksverslag. In deze bijlage is ook de vragenlijst te vinden. De belangrijkste gegevens

voor het beantwoorden van de hoofdvraag is door middel van deze deelvraag verkregen. Hierin zijn de wensen en behoeftes van akkerbouwers in kaart gebracht. Hierna is het mogelijk voor mechanisatiebedrijven te kijken naar de mogelijkheden die er zijn om hierop in te spelen. De enquête is opgebouwd uit een aantal vragen waarbij gestart wordt met een aantal vragen over algemene bedrijfsinformatie. De overige vragen zijn specifiek gericht op de manier waarop akkerbouwers onderdelen verkrijgen en in hoeverre men geïnteresseerd is in een nieuwe bestelmethode. De enquête is afgesloten met een open vraag hoe akkerbouwers een verbetering of verandering graag zouden zien bij mechanisatiebedrijven. De vragen zijn specifiek gericht op de doelgroep waarbij het niet mogelijk is de enquête in te vullen indien men geen akkerbouwbedrijf heeft. De enquête is uitgewerkt in percentages per antwoord per vraag. Deze verwerking geeft een goed beeld van de data welke met de enquête verzameld is. Deze enquête is ingevuld door 74 respondenten.

Deelvraag 4: hoe ziet de toekomstvisie volgens groothandels en marketingbureaus eruit van de onderdelenlevering aan akkerbouwbedrijven voor de komende 5 jaar?

Om deze deelvraag te beantwoorden zijn groothandels en marketingonderzoeksbureaus geïnterviewd. Gekozen is voor kwalitatief onderzoek, omdat met deze methode doorgevraagd kan worden en omdat het om de kwaliteit van de antwoorden gaat en niet om de kwantiteit. Twee/drie zijn geïnterviewd om zo een representatief beeld te krijgen. De interviews zijn handmatig verwerkt. Hierbij zijn de resultaten per onderwerp verdeeld en de verschillen per interview zijn bekeken. Deze laatste deelvraag heeft de antwoorden van deelvraag 3 in een perspectief neergezet waardoor de zogenoemde ruwe data uit deelvraag 3 inzetbaar is voor mechanisatiebedrijven. Ofwel om te zetten in een meerjarenplan.

3 Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek per deelvraag beschreven.

3.1 Deelvraag 1: hoe ziet de bedrijfstak van landbouwmechanisatiebedrijven er in Noord-Nederland uit?

DESTEP-model

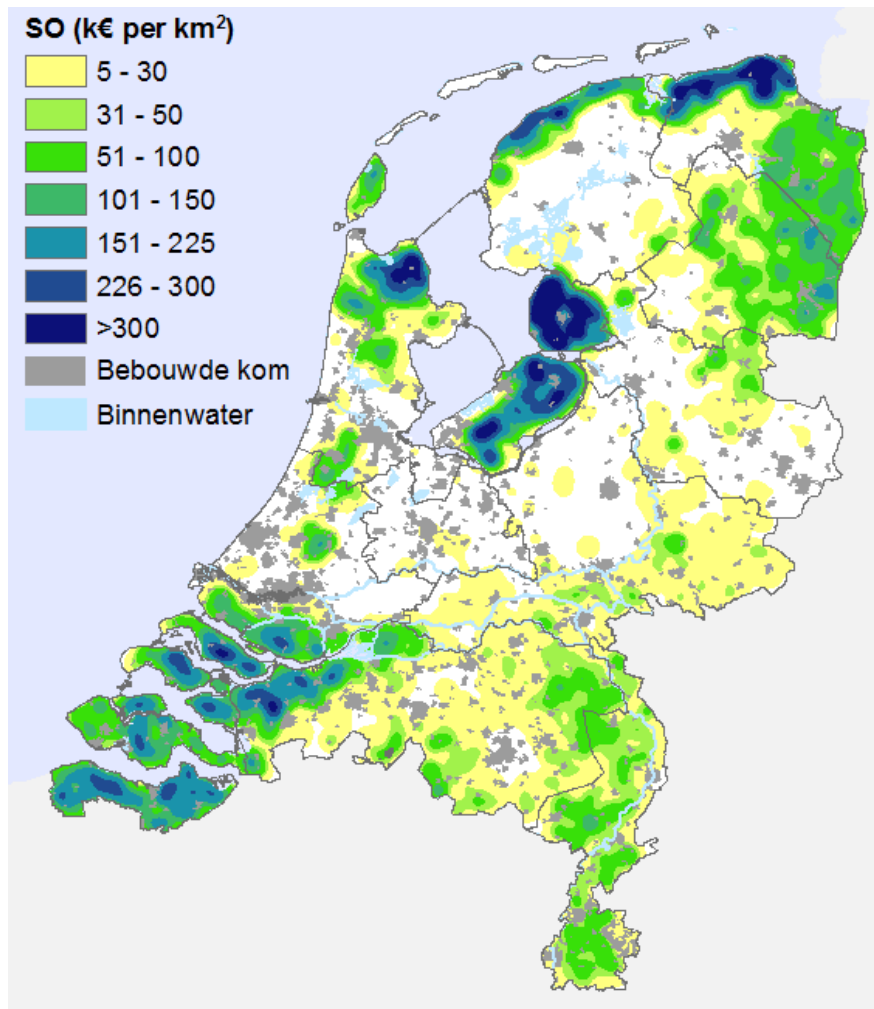
Demografisch

Voor het aspect 'Demografisch' is het aantal mechanisatiebedrijven in Noord-Nederland onderzocht. In tabel 4 is te zien dat Friesland de meeste mechanisatiebedrijven heeft. Dit zijn er namelijk 44. Hierna volgt Drenthe met 32 mechanisatiebedrijven en vervolgens Groningen met 25 mechanisatiebedrijven. Daarnaast is in de tabel het gemiddeld aantal km² per mechanisatiebedrijf neergezet. Daaruit blijkt dat Friesland hierbij de minste dekking heeft.

Tabel 4 aantal mechanisatiebedrijven Noord-Nederland (Onzestart.nl, 2017; waar staat je provincie, 2015)

Provincie	Aantal mechanisatiebedrijven	Oppervlakte provincie km ²	Aantal km ² per mechanisatiebedrijf
Drenthe	32	2.680	83,75
Groningen	25	2.960	118,4
Friesland	44	5.749	130,65

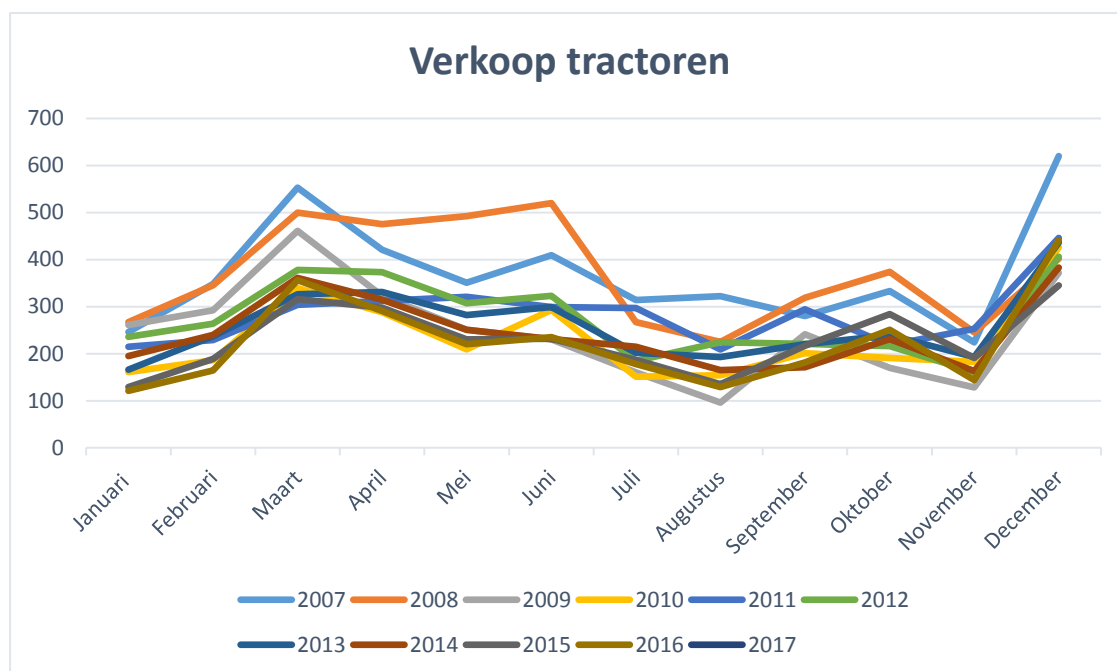
Wanneer tabel 4 vergeleken wordt met figuur 2, dan is te zien dat het aantal akkerbouwbedrijven in de provincies Groningen en Drenthe minder geconcentreerd zijn in vergelijking met Friesland wat mogelijk het verschil in aantal mechanisatiebedrijven verklaart.



Figuur 2 ruimtelijke verdeling akkerbouw, 2013 (Wageningen Universiteit, 2017)

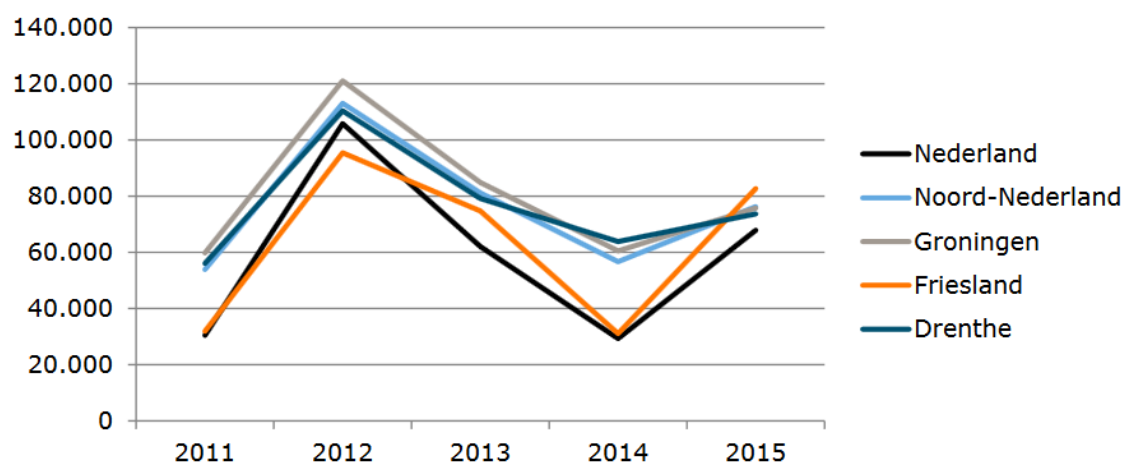
Economisch

Om de economische situatie van mechanisatiebedrijven in beeld te brengen, is in de eerste plaats gekozen dit te meten aan verkoopcijfers van tractoren, zie figuur 3. Het gaat hierbij om verkoopcijfers opgeteld van alle merken over geheel Nederland. De verkoopcijfers zijn niet alleen verbonden aan akkerbouwers, maar ook aan de veehouderij. Wel is een jaarlijkse tendens te zien aan verkoophoeveelheden per maand. Er is geen sterk doorzettende stijgende of dalende lijn.



Figuur 3 verkoop tractoren (Fedecom, 2017)

Om de verkoop van mechanisatie toe te spitsen op akkerbouwers, is in figuur 4 een overzicht te zien van het gemiddelde inkomen van akkerbouwbedrijven in Noord-Nederland. Wanneer figuur 3 en 4 met elkaar vergeleken worden, is te zien dat er een mogelijk verband bestaat tussen de verkopen van tractoren en het inkomen van de akkerbouwers. Hieruit wordt afgeleid dat naarmate het inkomen toeneemt er meer wordt geïnvesteerd in machines. Hieruit wordt ook afgeleid dat in de jaren wanneer het inkomen lager is er wordt doorgewerkt met het bestaande machinepark waarbij mogelijk meer wordt ingezet op onderhoud van machines.



Figuur 4 Inkomen uit bedrijf per onbetaalde aje (oaje) op akkerbouwbedrijven in de periode 2011-2015 (Wageningen Universiteit, 2017).

Sociaal-cultureel

Steeds meer bedrijven richten zich op social media om contact te houden met de klant. Tot voorheen waren met name bedrijfsbezoeken en shows/beurzen het moment voor mechanisatiebedrijven om contact te hebben met de klant. Tegenwoordig blijkt dat social media hierin de overhand neemt zoals gebruik van Facebook en Twitter. Dit verhaal wordt bevestigd door de heer F. Oostema en de heer E. Buist, vertegenwoordiger Groenord. Naast deze reactie vanuit de mechanisatiesector blijkt ook dat agrarische bedrijven steeds meer gebruik maken van social media (van der Blom, 2012). Ook blijkt uit de interviews met mechanisatiebedrijven dat zij het persoonlijke contact met de klant de belangrijkste methode vinden om klanttevredenheid te meten. Zo wordt in een persoonlijk gesprek vaak meer duidelijk over wat de klant belangrijk vindt.

Technologisch

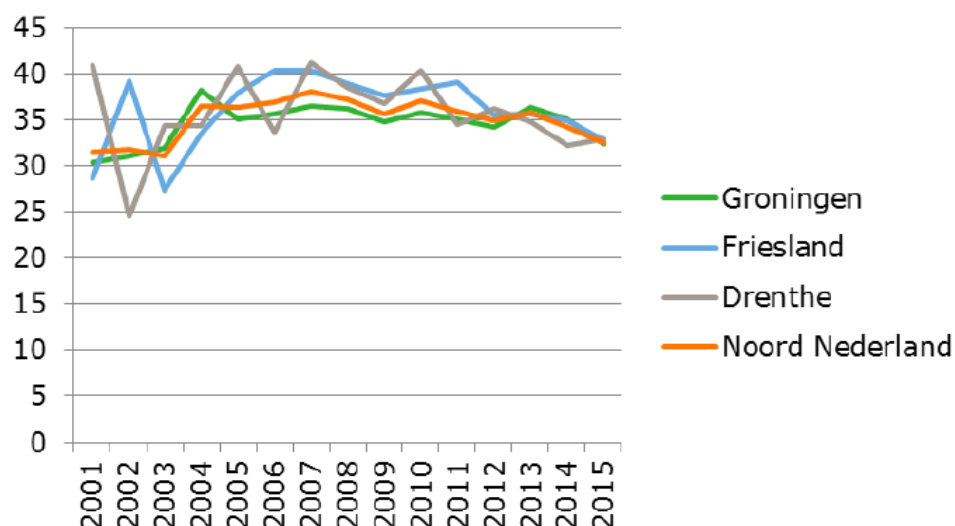
In de afgelopen jaren is bij veel mechanisatiebedrijven de voorraad gedigitaliseerd waarbij diverse bedrijven er voor hebben gekozen dit aanbod voor iedereen toegankelijk te maken door middel van een webshop. Daarnaast is het door een samenwerking tussen groothandel Kramp en mechanisatiebedrijven door heel Nederland mogelijk het aanbod van de groothandel digitaal te verkrijgen en te bestellen via het mechanisatiebedrijf. Door de geoptimaliseerde logistieke infra is het mogelijk dagelijks onderdelen te laten bezorgen (Broek van den, 2011).

Ecologisch

De agrarische sector is op vele vlakken bezig met het verduurzamen van bedrijfsprocessen. Dit op gebied van grondstoffengebruik, gebruik van meststoffen, bestrijdingsmiddelen, maar ook van onderdelen. Zo blijkt Nederland wereldwijd één van de meest duurzame landen op gebied van landbouw te zijn (NOS, 2017). Bij dit laatste is het voor mechanisatiebedrijven mogelijk hieraan bij te dragen (Wageningen Universiteit, 2017). Zo blijken steeds meer bedrijven zich bewust te worden van het duurzaam handelen. Dit is met name zichtbaar bij bedrijven met het certificaat Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen waarbij bedrijven letten op mensen en hun leefomgeving. Het optimaliseren van onderdelenlevering zoals het koppelen van orders en centrale bezorging zou kunnen zorgen voor een duurzaam bedrijfsproces.

Marktgroei

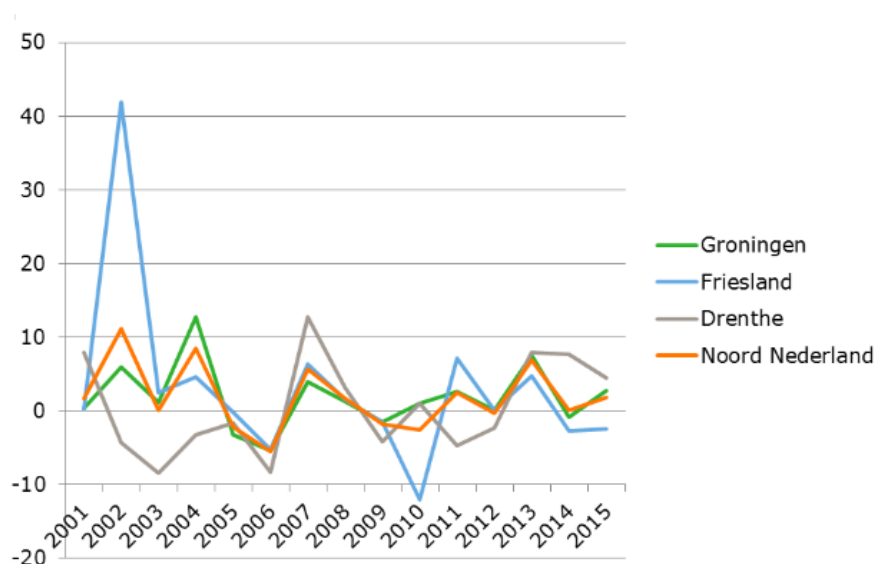
Om de marktgroei in beeld te brengen, is gebruik gemaakt van een methode om de moderniteit in de akkerbouw te meten. Dit geeft aan in welke mate men geïnteresseerd is in de nieuwste ontwikkelingen en hierin wil investeren. De cijfers welke in figuur 5 te zien zijn, is de balanswaarde gedeeld door de vervangingswaarde (%). Hoe hoger het percentage uitvalt, hoe nieuwer het machinepark en gebouwen zijn. In figuur 5 is in de jaren 2001 tot en met 2007 een opwaartse stroom te zien in moderniteit waaraan verbonden kan worden dat er in deze jaren in grotere mate is geïnvesteerd in moderniteit. Vanaf de jaren 2007 tot en met 2015 is juist een afname te zien. Hoe lager het percentage moderniteit uitvalt, hoe groter de mogelijkheid er is voor de markt om te groeien.



Figuur 5 Moderniteit Akkerbouw in de periode 2001-2015

Marktontwikkelingen

Om de marktontwikkelingen weer te geven, is in figuur 6 het percentage vernieuwing weergegeven van de gebouwen en machines. Het percentage dat in figuur 6 zichtbaar is, is het percentage vernieuwing ten opzichte van de afschrijving. Het percentage vernieuwing is over de jaren vanaf 2001 tot en met 2015 in de provincie Groningen redelijk stabiel. In de provincies Friesland en Drenthe zijn relatief grote verschillen zichtbaar per jaar. Hieruit valt af te leiden dat er geen sprake is van een stabiele marktontwikkeling.



Figuur 6 Percentage vernieuwing van gebouwen, installaties en werktuigen in de akkerbouw in Noord-Nederland (Wageningen Universiteit, 2017).

3.2 Deelvraag 2: hoe wordt op dit moment door mechanisatiebedrijven ingespeeld op de wensen en behoefte van akkerbouwbedrijven in Noord Nederland?

Uitwerking interviews

De volgende vier bedrijven zijn geïnterviewd om een beeld te krijgen op welke wijze mechanisatiebedrijven in de noordelijkste drie provincies zich richten op de wensen en behoeftes van de akkerbouwers:

- Bakker Ulrum lmb
- D. Kuipers mechanisatie
- De Vries mechanisatie
- Groenoord

De mechanisatiebedrijven zijn bewust gekozen vanwege de ligging in de provincies. De manier om erachter te komen of een klant nog steeds tevreden is, blijkt voor de ondervraagde bedrijven persoonlijk contact met de klant te zijn. Zo geeft de heer Kuipers aan vooral persoonlijk contact met de klant belangrijk te vinden. De heer Buist van Groenoord geeft aan dat er vanuit de organisatie vooral gebruik wordt gemaakt van enquêtes. Deze enquêtes worden vooral ingezet op verkopen boven vastgestelde bedragen. Tijdens de interviews met de bedrijven blijkt er met name verschil te zitten in de manier van aanpak tussen de bedrijven. De verschillen zijn met name gerelateerd aan de grootte van de onderneming. Zo geven de kleinere mechanisatiebedrijven de voorkeur aan persoonlijk contact met de klant en de grotere bedrijven aan enquêtes. Naast deze externe metingen geeft de heer Buist aan dat de medewerkers van het mechanisatiebedrijf worden betrokken bij alle klanttevredenheidsonderzoeken door periodieke nieuwsbrieven met daarin de scores. In tabel 5 is een overzicht gegeven van onder andere de manier waarop mechanisatiebedrijven inzicht proberen te verkrijgen in de onderdelenbehoefte van klanten.

De heer Oostema van Bakker Ulrum lmb geeft aan bezig te zijn met het digitaal leveren van onderdelen. Zo beschikt het bedrijf over een eigen webwinkel om niet alleen plaatselijk te verkopen, maar ook wereldwijd. Daarnaast werkt het bedrijf samen met Kramp om klanten toegang te geven tot het digitale assortiment van een groothandel en dit te kunnen leveren via Bakker. Oostema verwacht dat het online aanbieden van deze producten daadwerkelijk meerwaarde biedt voor de organisatie en verwacht ook dat de klanten zich steeds meer zullen richten op het digitale aanbod.

De heer Buist geeft aan juist een kleine afname in onderdelen verkoop te zien doordat de klant kiest voor onderhoud in de werkplaats van de dealer met bijvoorbeeld een actie €1,50 per draaiuur onderhoudskosten. Hij wijdt deze verandering met name aan de schaalvergroting. Ondanks deze verandering geeft het bedrijf wel de mogelijkheid onderdelen op locatie van de klant te bezorgen door middel van een bezorgdienst. Echter, wordt dit voornamelijk ingezet bij grote afnemers zoals loonwerkers.

Ondanks alle vernieuwingen en modernisering op het gebied van transport en centrale magazijnen, geven alle vier de bedrijven aan de magazijnvoorraad niet te hebben verkleind. Echter, blijkt er wel een verschuiving zichtbaar te zijn in soorten onderdelen welke op voorraad liggen.

Alle geïnterviewde bedrijven geven aan niet bang te zijn voor overname van onderdelen verkoop door groothandels of webwinkels. De verwachting is dat kennis en binding met de leverancier nog dusdanig veel invloed heeft dat mechanisatiebedrijven nodig blijven voor het leveren van onderdelen. Er is slechts een beperkt publiek dat vanwege prijs online onderdelen zal aanschaffen en de levertijd is in veel gevallen net als bij mechanisatiebedrijven gelijk.

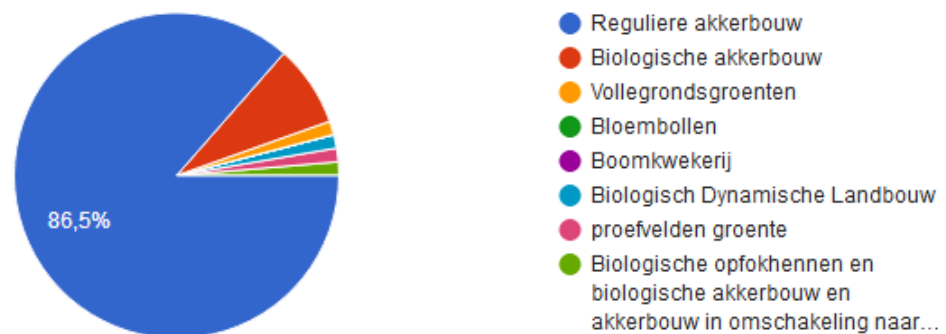
Tabel 5 overzicht behoeftemeting en verkoopmethode onderdelen mechanisatiebedrijven

bedrijf	Kernactiviteiten behoeftemeting	Verkoopmethode onderdelen
Bakker Ulrum Imb	Klantcontact d.m.v. vertegenwoordiger magazijn chef en monteur. Online.	Webshop Online verkoopportaal Kramp Magazijn
D. Kuipers mechanisatie	Klantcontact d.m.v. vertegenwoordiger.	Magazijn
De Vries mechanisatie	Klantcontact d.m.v. vertegenwoordiger en magazijn chef.	Magazijn
Groenoord	Klantcontact d.m.v. vertegenwoordiger magazijn chef en monteur. Enquête bij verkoop van product.	Online verkoopportaal Kramp Magazijn

3.3 Deelvraag 3: wat zijn de wensen en behoeftes van akkerbouwbedrijven in Noord-Nederland bij het leveren van landbouw gerelateerde onderdelen?

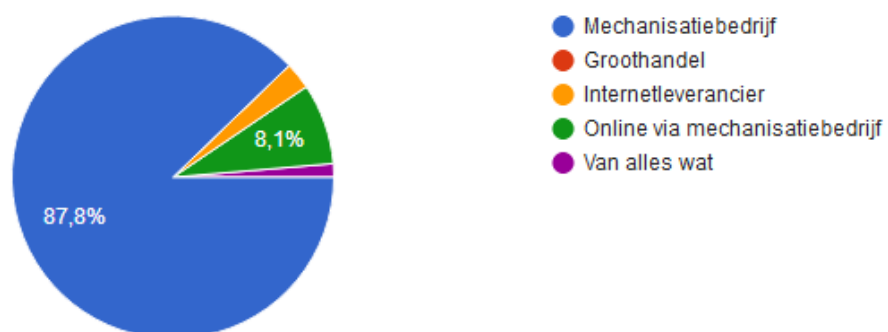
Uitslag enquête

Uit de resultaten van de enquête is gebleken dat het overgrote deel van de respondenten reguliere akkerbouw bedrijft. Dit is namelijk 86,5 van de respondenten. De daaropvolgende grootste groep met respondenten zijn biologische akkerbouwers met 8,1%. De bedrijfsgrootte van de respondenten is met name variërend tussen de 0 en 100 hectare. 23% geeft aan een oppervlak groter dan 100 hectare in gebruik te hebben.



Figuur 7 vorm van landbouw

Op de vraag op welke wijze de akkerbouwers zoeken naar onderdelen ten behoeve van onderhoud of reparatie, blijkt dat 87,8% dit probeert te verkrijgen bij het mechanisatiebedrijf. 8,1% geeft aan online onderdelen te verkrijgen via het mechanisatiebedrijf. Het kan hier gaan om een mechanisatiebedrijf met eigen webshop of via een groothandel die zijn diensten aanbiedt via een mechanisatiebedrijf.

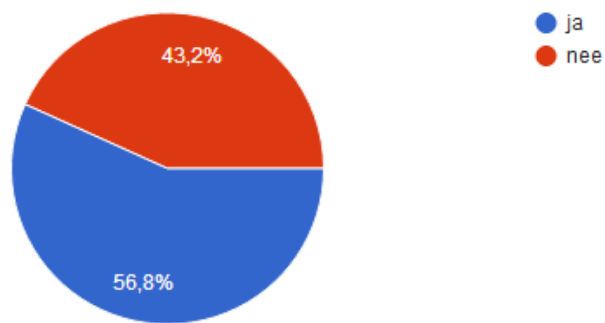


Figuur 8 leverancierskeuze

Naast het feit dat het overgrote deel van de akkerbouwers zijn/haar onderdelen betreft van een mechanisatiebedrijf blijkt dat 51,4% de onderdelen bestelt bij het leverende bedrijf. Daarnaast geeft 31,1% aan de voorkeur te hebben telefonisch zijn/haar bestelling door te geven. De reden om voor een leverancier te kiezen blijkt vooral kennis te zijn. Op de tweede plaats binding met de leverancier en als derde het assortiment dat de leverancier in huis heeft. Het soort onderdelen dat betrokken

wordt van een leverancier waarbij de akkerbouwer zelf de nodige arbeid verricht om het onderdeel te plaatsen of vervangen, blijken voor het overgrote deel slijtdelen te zijn.

In de enquête is gevraagd of men gebruik zou willen maken van een app. Deze app zou de mogelijkheid moeten bieden om onderdelen bij de desgewenste leverancier te bestellen. De leverancier bezorgt vervolgens wekelijks de bestelde onderdelen. Op deze vraag geeft 56,8% van de respondenten aan geïnteresseerd te zijn. 43,2% procent geeft aan geen belangstelling te hebben met als voornaamste redenen de levertijd en kennis van de leverancier.



Figuur 9 potentieel gebruik bestelapp leverancier

De laatste vraag gaf voor de respondenten de mogelijkheid een verbetering of verandering te melden voor hun leverancier. Hierbij is naast alle tevreden klanten voor het thuisbezorgen van onderdelen een gewenste situatie. Waarbij wordt gestreefd naar een zo snel mogelijke bezorgen.

3.4 Deelvraag 4: hoe ziet de toekomstvisie volgens groothandels en marketingbureaus eruit van de onderdelenlevering aan akkerbouwbedrijven voor de komende 5 jaar?

Deze deelvraag wordt beantwoord met behulp van interviews met een marketingbureau en groothandel. Deze beide partijen geven een visie over de agrosector.

Prosu

Om een objectieve visie te kunnen vormen over de onderdelenlevering in de agrosector is contact gelegd met Prosu Databased Marketing. Dit bedrijf voert veelal marktonderzoeken uit in de agrosector. Volgens de heer P. Arkenbout van Prosu zullen op gebied van onderdelenlevering grotere partijen als groothandels zoals Kramp en webshops marktleider worden. Ook geeft de heer Arkenbout aan dat naar zijn verwachting mechanisatiebedrijven zullen verdwijnen als belangrijkste onderdelenleverancier voor akkerbouwers.

In tegenstelling tot de verwachting van de heer Arkenbout is door mechanisatiebedrijven aangegeven dat zij belangrijkste onderdelenleverancier zijn en blijven voor de agrosector. Volgens de heer Arkenbout zullen de agrariërs zich net als de consument naar verwachting veel meer richten op het online aanbod van onderdelen. Dit alles gebeurt volgens de heer Arkenbout mede doordat mechanisatiebedrijven lang niet altijd hun magazijn op orde hebben. Zo zijn bedrijven niet altijd op de hoogte hoeveel zij daadwerkelijk op voorraad hebben. Deze bedrijven zullen daarmee ook niet de mogelijkheid hebben hun voorraad online aan te bieden.

De heer Arkenbout geeft aan dat in agrosector men met name afhankelijk is van datgene dat wordt aangeboden en/of mogelijk is. Zolang het niet wordt aangeboden mist men het ook niet. Zo is in de uitslagen van de enquête te zien dat onlinebestelling via het mechanisatiebedrijf toch enige interesse heeft of begint te krijgen met 8,1%. Deze groei van online gebruik valt met name te wijten aan het feit dat het aangeboden wordt, maar niet door dringende vraag vanuit de markt.

Kramp

In tegenstelling tot de verwachting van Prosu geeft Kramp aan juist samen te werken met landbouwmechanisatiebedrijven (LMB). Mede door het concept dat Kramp biedt (zie paragraaf 1.2), is het LMB niet weg te denken. Voor grote afnemers zoals loonwerkers, werkt Kramp wel rechtstreeks samen met de eindgebruiker. Kramp geeft aan op dit moment in combinatie met LMB's het online aanbod en verkoop verder op te pakken.

4 Discussie

Met behulp van dit onderzoek verwachtte de onderzoeker erachter te komen wat de wensen en behoeften zijn van akkerbouwbedrijven in Noord-Nederland betreft het leveren van landbouwonderdelen. Door middel van dit onderzoek werd verwacht een goed beeld te krijgen van de sector. Het antwoord op de vraag zal in de agrarische sector breed toepasbaar zijn. Dit wil zeggen: toepasbaar voor bedrijven die rechtstreeks onderdelen leveren aan akkerbouwers. Een korte samenvatting is hieronder te vinden uitgelicht per deelvraag.

Deelvraag 1: hoe ziet de bedrijfstak van landbouwmechanisatiebedrijven er in Noord-Nederland uit?

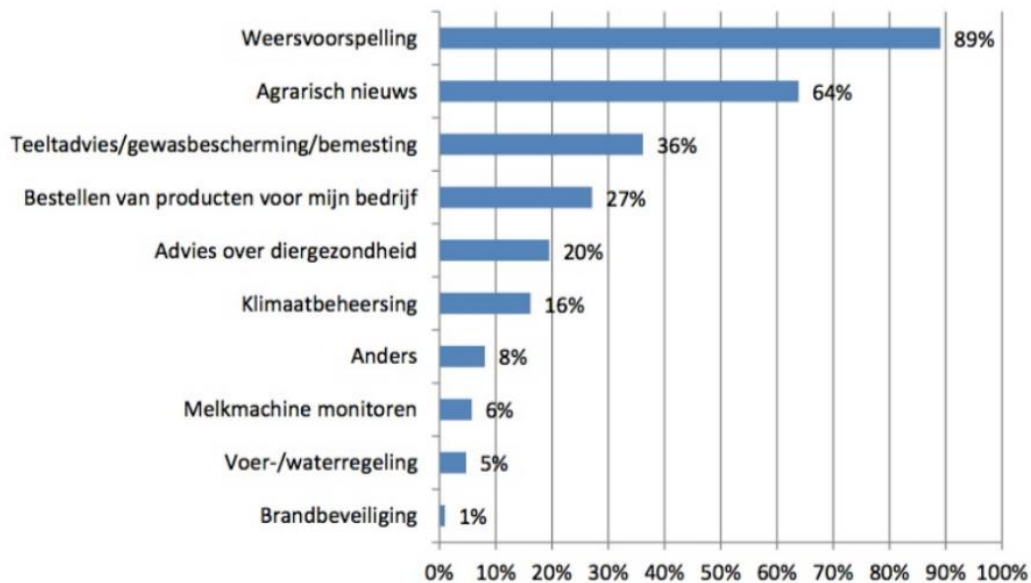
De bedrijfstak van de landbouwmechanisatie lijkt afhankelijk te zijn van de prijzen voor de producten van met name veehouders en akkerbouwers. In de bedrijfstak heeft men zich met name gericht op het zo snel mogelijk leveren van onderdelen en is daarbij gespecialiseerd in het leveringsprogramma. De mechanisatiebedrijven gebruiken steeds meer technieken op gebied van onderdelen levering zoals bezorging. Ook richten de bedrijven zich op het zo duurzaam mogelijk handelen bij de dagelijkse bedrijfsvoering.

Deelvraag 2: hoe wordt op dit moment door mechanisatiebedrijven ingespeeld op de wensen en behoefte van akkerbouwbedrijven in Noord Nederland?

Uit de interviews met de mechanisatiebedrijven is gebleken dat deze bedrijven zichzelf zien als belangrijkste leverancier van onderdelen voor landbouwers. De mechanisatiebedrijven proberen de akkerbouwers deels te voorzien van nieuwe methodes op het gebied van onderdelenlevering zoals het online aanbieden van onderdelen. Daarnaast ziet men niet het gevaar in het weglopen van klanten door het onlineaanbod van derden en verwacht men een daling in de verkoop van onderdelen waarbij de akkerbouwer zelf de arbeid verricht. De reden dat meer werk door de akkerbouwers wordt uitbesteedt, komt volgens de mechanisatiebedrijven vooral door de schaalvergroting waardoor akkerbouwers niet meer de tijd hebben zich te richten op onderhoud en reparatiewerkzaamheden.

Deelvraag 3: wat zijn de wensen en behoeftes van akkerbouwbedrijven in Noord-Nederland bij het leveren van landbouw gerelateerde onderdelen?

Akkerbouwers gaven tijdens de enquête aan mechanisatiebedrijven als belangrijkste leverancier te zien van landbouwonderdelen. De akkerbouwers gaven hierbij geen voorkeur aan het onlineaanbod, maar willen het liefst zelf naar de leverancier toegaan en ter plaatse onderdelen bestellen. Wel gaven de akkerbouwers aan snelle levering en thuisbezorging belangrijk te vinden. De keuze voor de leverancier is daarmee vooral gericht op kennis van het product. Uit onderzoek van Richard van der Blom in 2012 is gebleken dat men beperkt geïnteresseerd was in het online bestellen van onderdelen. Zie figuur 10. In vergelijking met de uitslag van de enquête blijkt dit niet veel te zijn verandert



Figuur 10 gebruik agrarische apps (van der Blom, 2012).

Deelvraag 4: hoe ziet de toekomstvisie volgens groothandels en marketingbureaus eruit van de onderdelenlevering aan akkerbouwbedrijven voor de komende 5 jaar?

Er is een groot verschil tussen de mening vanuit de agrosector en daarbuiten. De agrosector ziet zichzelf bijvoorbeeld niet vergelijkbaar met de consument. Hierbij gekeken naar het gebruik van online winkels. Vanuit andere sectoren ziet men de agrosector op dezelfde manier ontwikkelen in vergelijking met de consument. Zo verwacht men dat juist de akkerbouwers ook op dezelfde manier onderdelen willen krijgen als de consument dat verwacht. Vanuit de agrosector wordt dit niet bevestigd, zo ook niet vanuit de groothandel. Deze zien juist het mechanisatiebedrijf belangrijk speler op gebied van onderdelen, ook de komende 5 jaar.

4.1 Kritische reflectie

Tijdens het onderzoek is naar voren gekomen dat het verkrijgen van relevante gegevens niet altijd naar wens is verlopen. De valkuil bij het verkrijgen van de juiste gegevens is de betrouwbaarheid. Zo is veel informatie verzameld door middel van vakbladen en grotere instanties zoals het CBS. Dit om de betrouwbaarheid te kunnen waarborgen. Voor het uitvoeren van field research is het niet gelukt om bij alle geïnterviewde bedrijven de enquête te kunnen uitzetten. Dit om de reden dat bedrijven niet altijd het klantenbestand beschikbaar wilden stellen. Hierdoor is slechts het klanten bestand van één bedrijf gebruikt. Echter, viel de respons op deze enquête hoger uit dan verwacht. Doordat slechts één klantenbestand gebruikt kon worden is de betrouwbaarheid discutabel.

Om het onderzoek te kunnen verbreden, ofwel betrouwbaarder te maken, zou in een vervolgonderzoek ervoor kunnen worden gekozen om voor kwalitatief fieldresearch te kiezen waarbij interviews kunnen worden gehouden bij akkerbouwbedrijven om zo meer duidelijkheid te krijgen over de wensen en behoeften van akkerbouwbedrijven bij het leveren van onderdelen.

Naar aanleiding van het onderzoek is gebleken dat in het vooronderzoek genoemde schaalvergroting daadwerkelijk merkbaar is onder mechanisatiebedrijven. In de literatuur is de nodige informatie te vinden over deze schaalvergroting, maar ook over de andere manier waarop akkerbouwers omgaan

met bijvoorbeeld het internet en moderne technologie. Dit laatste was niet altijd merkbaar in de uitgezette enquête onder akkerbouwers. In de enquête werd terughoudend gereageerd over mogelijk internetgebruik bij bijvoorbeeld het bestellen van onderdelen. Een mogelijk feit wat ook in een vervolgonderzoek onderzocht zou kunnen worden is de leeftijdscategorie waarin de huidige groep akkerbouwers zich bevindt.

Door de sterke meningsverschillen welke in deelvraag 4 aan het licht kwamen zou in een vervolg onderzoek kunnen worden gekozen om de te interviewen groep te vergroten. Op dit moment is er van saturatie geen sprake, dit zal mogelijk in een vervolg onderzoek wel mogelijk gemaakt kunnen worden.

5 Conclusie en aanbevelingen

5.1 Conclusie

Uit de enquêtes blijkt dat er geen vraag is naar een grote verandering in de werkwijze van leveranciers. Zoals de heer Arkenbout aan heeft gegeven, zal zolang het aanbod er niet is er ook niet tot nauwelijks naar worden gevraagd. Het gevaar zal voor de mechanisatiebedrijven met name liggen buiten de sector door bedrijven welke meer diensten aanbieden dan de sector zelf doet. Hierdoor zal de klant mogelijk overstappen op alternatieve leveranciers welke wel bepaalde diensten bieden welke mechanisatiebedrijven nog niet beschikbaar hebben. Gezien de complexiteit zal de hoeveelheid onderdelen waarvoor zelf de arbeid wordt verricht mogelijk afnemen. Zo zullen mogelijk meer akkerbouwers ervoor kiezen machines te laten onderhouden door externe partijen zoals dealers.

5.2 Aanbevelingen

In het geval mechanisatiebedrijven de komende jaren koploper willen zijn en blijven op gebied van onderdelenlevering waarbij de arbeid door de koper zelf verricht wordt, zal er een veranderslag moeten worden gemaakt op gebied van onderdelenlevering. Dit niet gelet op vraag vanuit de markt, maar juist op gebied van technische mogelijkheden zoals deze ook buiten de agrosector bekend zijn. Zo zal er niet altijd gevraagd worden naar technische mogelijkheden welke niet bekend zijn door de akkerbouwers, maar wel gezocht worden naar mogelijkheden welke bekend zijn ook al is dit buiten de sector. De mechanisatiebedrijven zullen een innovatief karakter moeten tonen waarbij de aandacht van de akkerbouwer op de mechanisatiebedrijven gericht blijft.

6 Bronnenlijst

Boeken:

Baarda, B, Hulst, M van der & Goede, M de. (2012). *Basisboek interviewen*. Houten: Noordhoff uitgevers bv Groningen/Houten.

Dekker, H.J., Master I.A., Scherjon D.P., Sweers G.H.J. & Onzen van J. E. Th. (2010). *Strategisch management. Voor ondernemers in het MKB/familiebedrijf*. Noordhoff Uitgevers Groningen, Houten.

Hummel, R. (2012). *Marketingplanning*. Den Haag: Sdu uitgevers Bv

Thuis, P. (2010). *Toegepaste organisatiekunde*. Noordhoff Uitgevers Groningen, Houten.

Internetbronnen:

ABN AMRO (2007). *Groothandel: Landbouwmachines*. Geraadpleegd op 19 mei 2017 via <http://mrb.lynkx-01.nl/opleidingen/overzicht-seminars/groothandel-landbouwmachines.141.lynkx?RapportPointer=9-23503-23505-128449#samenvatting>

Boom van der N. (2016). *De levensduur van het mechanisatiebedrijf*. Geraadpleegd op 20 mei 2017 via <http://www.boerenbusiness.nl/column/10872855/de-levensduur-van-het-mechanisatiebedrijf>

Boom van der N. (2014). *Ook uw voermengwagen en ploeg zijn straks online*. Geraadpleegd op 20 mei 2017 via <http://www.boerenbusiness.nl/bloggers/niels-van-der-boom/column/10860214/ook-uw-voermengwagen-en-ploeg-zijn-straks-online>

Broek van den W. (2011). *Onderdelen bestellen via webwinkel*. Geraadpleegd op 19 mei 2017 via <http://edepot.wur.nl/165887>

CBS (2017). *Detailhandel; omzetontwikkeling internetverkopen, index 2013 =100*. Geraadpleegd op 20 mei 2017 via <http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=82893NED&D1=a&D2=a&D3=16,33,44-54&HDR=T&STB=G1,G2&VW=T>

CBS (2017). *Landbouw; gewassen, dieren en grondgebruik naar regio*. Geraadpleegd op 28 maart 2017 via <http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=80780NED&D1=0,338&D2=0,5-16&D3=a&HDR=T&STB=G2,G1&VW=T>

CBS (2017). *Verschillen in de sociale samenhang en welzijn tussen provincies*. Geraadpleegd op 12 mei 2017 via <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2014/49/verschillen-in-sociale-samenhang-en-welzijn-tussen-provincies>

Encyclo.nl (2017). *Agrarische sector*. Geraadpleegd op 20 mei 2017 via <http://www.encyclo.nl/begrip/agrarische%20sector>

Fedecom (2017). *Verkoopcijfers trekkers*. Geraadpleegd op 21 juli 2017 via <https://www.fedecom.nl/kenniscentrum/verkoopcijfers-trekkers/>

- Federatie Agrotechniek, Rabobank en AgroVak (2008). *De landbouwmechanisatie van de toekomst, een nationaal onderzoek*. Geraadpleegd op 12 mei 2017 via <http://www.fedecom.nl/wp-content/uploads/2016/09/Rapport-de-landbouwmechanisatie-van-de-toekomst-2008.pdf>
- Horst van der A. & Lentz J. (2015). *Niet bang voor wat verandering*. Geraadpleegd op 5 juni 2017 via <http://edepot.wur.nl/356498>
- John Deere (2014). *John Deere remote display access (RDA) is nu geactiveerd*. Geraadpleegd op 20 mei 2017 via <http://www.trekkerweb.nl/artikel-john-deere.html?artikel=remote-display-access-rda->
- Landbouwmechanisatie (2014). *Onderzoek onder klanten mechanisatiebedrijven*. Geraadpleegd op 12 mei 2017 via <http://edepot.wur.nl/288037>
- Lagendijk T. (2017). *De 6 elementen die en rem zijn op de productiecapaciteit*. Geraadpleegd op 30 mei 2017 via <https://www.multiraedt.nl/2014/11/05/de-6-elementen-die-een-rem-zijn-op-de-productiecapaciteit/>
- Lmboverzicht.nl (2017). *Overzicht landbouwmechanisatiebedrijven*. Geraadpleegd op 30 mei 2017 via <http://lmboverzicht.nl/>
- Luman R. (2008). *Landbouwmachines. Tractoren en werktuigen in de Nederlandse akkerbouw en veehouderij*. Geraadpleegd op 12 mei 2017 via <http://www.fedecom.nl/wp-content/uploads/2016/09/Rapport-landbouwmachines-2008.pdf>
- NOS.nl (2017). *Nederlandse boeren hebben laagste milieu-impact ter wereld*. Geraadpleegd op 1 augustus 2017 via <http://nos.nl/artikel/2185922-nederlandse-boeren-hebben-laagste-milieu-impact-ter-wereld.html>
- Onzestart.nl (2017). *Landbouwdealers*. Geraadpleegd op 27 juli 2017 via <http://landbouwdealers.onzestart.nl/>
- Reulink N. & Lindeman L. (2005). *Kwalitatief onderzoek*. Geraadpleegd op 30 mei 2017 via [http://www.cs.ru.nl/~tomh/onderwijs/om2%20\(2005\)/om2_files/syllabus/kwalitatief.pdf](http://www.cs.ru.nl/~tomh/onderwijs/om2%20(2005)/om2_files/syllabus/kwalitatief.pdf)
- RTV Noord (2017). *Stopregeling boeren populair: subsidie binnen een dag op*. Geraadpleegd op 12 mei 2017 via <http://www.rtvnoord.nl/nieuws/174458/Stoppersregeling-boeren-populair-subsidie-binnen-een-dag-op>
- Silvis, H.J., Bont de C.J.A.M., Helming J.F.M., Leeuwen van M.G.A., Bunte F. & Meijl van J.C.M (2009). *De agrarische sector in Nederland naar 2020: Perspectieven en onzekerheden*. Geraadpleegd op 5 juni 2017 via <http://jelmommers.nl/wordpress/wp-content/uploads/2011/08/LEI-De-agrarische-sector-in-Nederland-naar-2020.pdf>
- UWV (2016). *Land- en tuinbouw arbeidsmarktupdate*. Geraadpleegd op 5 juni 2017 via https://www.werk.nl/xpsimage/wdo_012076
- Van der Blom, R (2012). *Boer goes social*. Geraadpleegd op 27 juli 2017 via <http://www.marketingfacts.nl/berichten/boer-goes-social>
- Wageningen Universiteit (2017). *Land- en tuinbouw op vele vlakken duurzamer*. Geraadpleegd op 27 juli 2017 via <http://www.agrimatie.nl/NieuwsDetail.aspx?itemid=6631&subpubID=2232>

Waar staat je provincie (2015). *Oppervlakteverdeling van Nederland (2015)*. Geraadpleegd op 27 juli 2017 via <http://www.waarstaatjeprovincie.nl/Paginas/Ruimtelijke%20ordening/Oppervlakte.aspx>

Wageningen universiteit (2017). *Teelt meest intensief in kleigebieden*. Geraadpleegd op 21 juli 2017 via <http://www.agrimatie.nl/SectorResultaat.aspx?subpubID=2232§orID=2233&themaID=2285>

Wageningen Universiteit (2017). *De Noord-Nederlandse agrosector en agrocluster in beeld*. Geraadpleegd op 24 juli 2017 via http://www.wur.nl/upload_mm/c/f/c/34dfb40f-bb9d-4796-b693-16f911356e59_2017-033%20Smit_def.pdf

Wageningen universiteit (2017). *Inkomen akkerbouwbedrijven daalt licht*. Geraadpleegd op 21 juli 2017 via <http://www.agrimatie.nl/SectorResultaat.aspx?subpubID=2290§orID=2233&themaID=2272>

Bijlagen

1. Enquêtevragen akkerbouwbedrijven

Voor mijn afstudeeronderzoek aan de Aeres Hogeschool te Dronten wil ik inzicht krijgen in de huidige situatie en toekomst van de vraag naar landbouwonderdelen. Op dit moment is er voor consumenten veel mogelijk op bijvoorbeeld het gebied van internetverkoop, maar is dit ook wat men wil in de agrarische sector? Wat is de verwachting over tien jaar?

Met dit onderzoek hoop ik antwoorden te vinden op deze vragen. Mijn vraag aan u is om deze enquête in te vullen en hierdoor medewerking te verlenen aan het succesvol afronden van mijn opleiding. Het invullen van de vragen zal ongeveer 2 minuten in beslag nemen.

1. Welke vorm van akkerbouw past u toe?

- ☐ Reguliere akkerbouw
- ☐ Vollegrondsgroenten
- ☐ Bloembollen
- ☐ Boomkwekerij
- ☐ Tuinbouwgroenten
- ☐ Overig, nl.....

2. Hoeveel hectare heeft u in gebruik? (huur/pacht/ eigendom)

- ☐ <50
- ☐ 50-100
- ☐ 100-150
- ☐ >150

3. Wat voor soort machines zijn er aanwezig op het bedrijf?

Kunt u vervolgens aangeven of u zelf onderhoud of reparatie uitvoert.

Machines	Onderhoud	Reparatie
☐ Tractoren	☐	☐
☐ Oogstmachines	☐	☐
☐ Grondbewerkings- machines	☐	☐
☐ Sproeimachines	☐	☐
☐ Kunstmeststrooiers	☐	☐
☐ Zaai-/ pootmachines	☐	☐
☐ Transportwagens	☐	☐

4. Deze vraag alleen invullen in geval u bij vraag 3 bij één of meerdere machines heeft aangegeven zelf onderhoud en/of reparatie uit te voeren.

Als u zoekt naar onderdelen ten behoeve van onderhoud of reparatie, hoe probeert u deze dan te verkrijgen?

	Voorkeur
☐ Mechanisatiebedrijf	☐
☐ Groothandel	☐
☐ Internetleverancier	☐
☐ Online via mechanisatiebedrijf	☐
☐ Overig nl	☐

5. Op welke wijze bestelt u onderdelen bij het bij vraag 4 ingevulde bedrijf?

6. Welke onderdelen koopt u waarbij uzelf de nodige arbeid verricht voor het vervangen of plaatsen? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Servicedelen (bijvoorbeeld filters)
- ☐ Slijtdelen
- ☐ Reparatiedelen (bijvoorbeeld startmotor)
- ☐ Overig nl.....

7. Welke voornaamste twee redenen heeft u voor het kiezen van een leverancier zoals genoemd bij vraag 4?

- ☐ Assortiment
- ☐ Levertijd
- ☐ Prijs
- ☐ Kennis
- ☐ Klantvriendelijk
- ☐ Merk
- ☐ Binding met leverancier
- ☐ Overig nl....

8. Als uw leverancier u een app zou bieden om onderdelen te bestellen en de bestelde onderdelen wekelijks zal afleveren, zou u hier dan gebruik van willen maken?

- ☐ Ja
- ☐ Nee, omdat _____

9. Hoe zou volgens u een mechanisatiebedrijf het leveren van onderdelen kunnen verbeteren?

2. Interviewvragen mechanisatiebedrijven

Voor mijn afstudeeronderzoek aan de Aeres Hogeschool te Dronten wil ik inzicht krijgen in de huidige situatie en toekomst van de vraag naar onderdelen. Op dit moment is er voor consumenten veel mogelijk op bijvoorbeeld het gebied van internetverkoop, maar is dit ook wat men wil in de agrarische sector? Wat is de verwachting over tien jaar?

Met dit onderzoek hoop ik antwoorden te vinden op deze vragen.

1. Wat voor activiteiten worden uitgevoerd binnen dit bedrijf buiten de bedrijfsvoering om?
2. Hoeveel vestigingen heeft uw bedrijf?
3. Wat voor percentage van het bedrijf bestaat uit akkerbouwbedrijven?
4. Op wat voor manier speelt u op dit moment in op de onderdelenbehoefte van akkerbouwbedrijven?
5. Worden er methodes gebruikt om de kwaliteit van de manier van levering te handhaven of te meten?
6. Wordt er met andere bedrijven samengewerkt om het leveren van onderdelen te optimaliseren.
7. Zijn er mogelijkheden om deze samenwerking te verbreden?
8. Is dit bedrijf bezig met optimale levering van onderdelen over vijf jaar en hoe zien jullie dit?

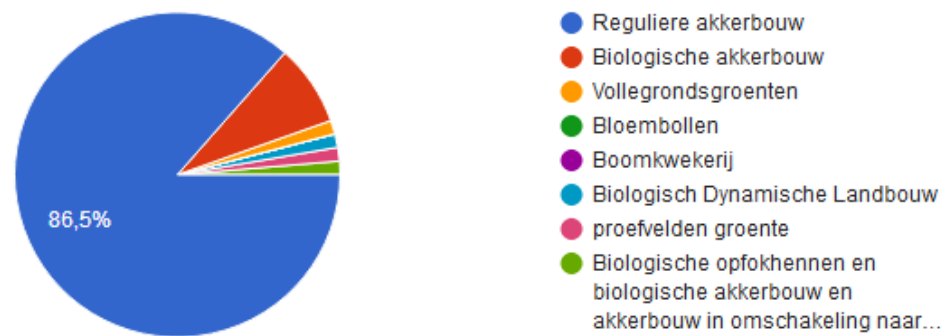
3. Interviewvragen branchevereniging, marketingbureaus en experts

1. **Ziet u verandering in de markt betreft het leveren van landbouwonderdelen de laatste vijf jaar?**
2. **Wat zijn volgens u de belangrijkste ontwikkelingen op het gebied van onderdelenlevering waarmee akkerbouwbedrijven te maken hebben?**
3. **Wat is uw visie op de wensen en behoeften van akkerbouwbedrijven de komende vijf jaar?**
4. **In wat voor vorm kan uw organisatie bijdragen aan een verandering van onderdelenlevering door mechanisatiebedrijven?**
5. **Wat zal er volgens u veranderen aan de rol van mechanisatiebedrijven, of zal deze gelijk blijven?**

4. Uitkomsten enquête

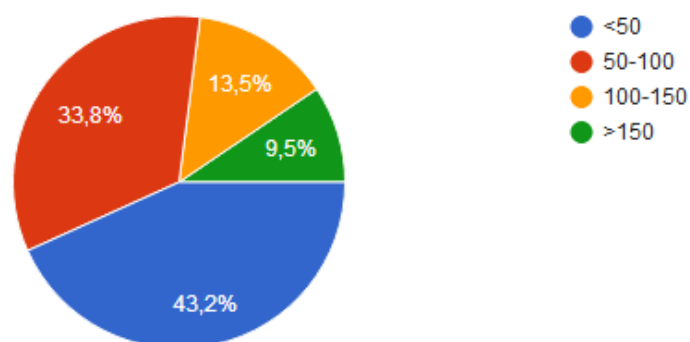
1. Welke vorm van landbouw past u toe?

74 reacties



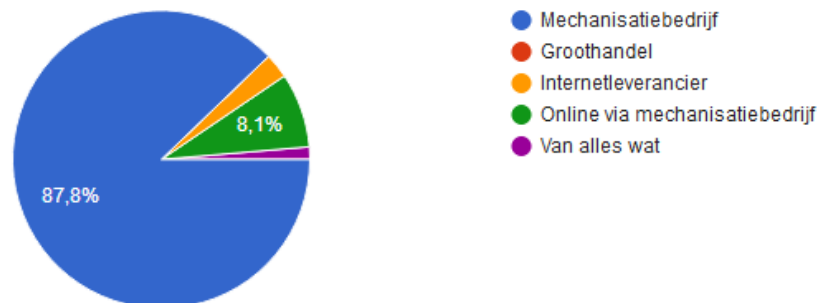
2. Hoeveel hectare heeft u in gebruik? (huur/pacht/eigendom)

74 reacties



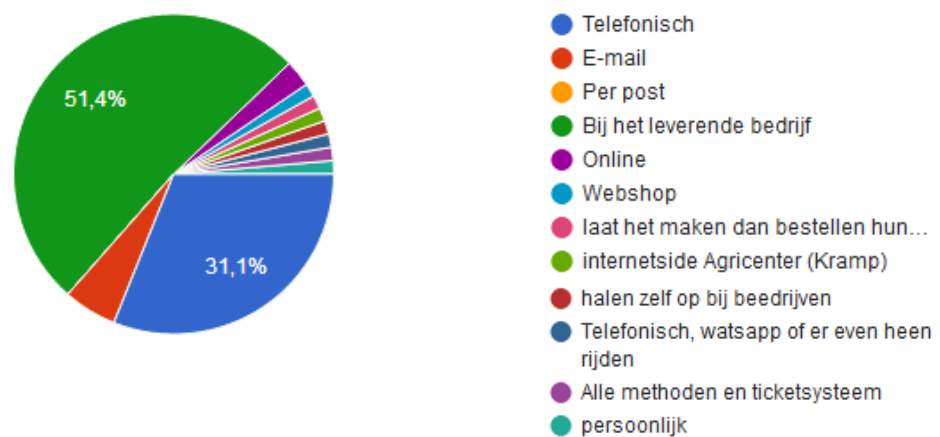
4. Als u zoekt naar onderdelen ten behoeve van onderhoud of reparatie, hoe probeert u deze dan bij voorkeur te verkrijgen?

74 reacties



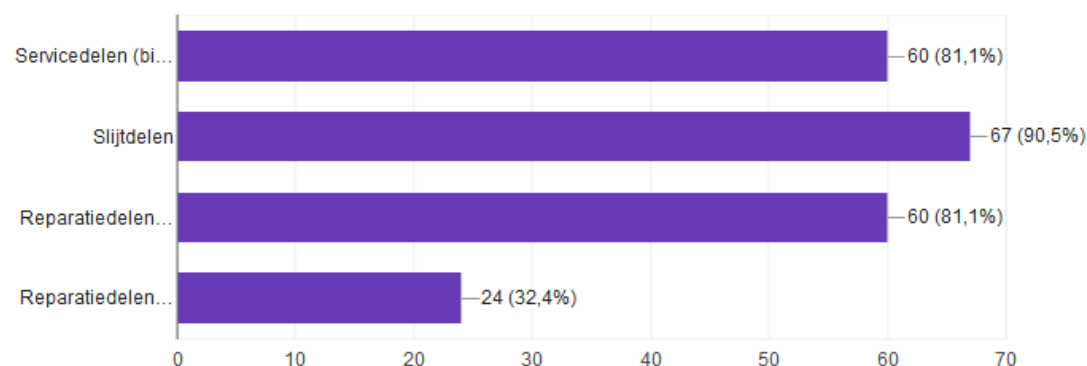
5. Op welke wijze bestelt u onderdelen bij het bij vraag 4 ingevulde bedrijf?

74 reacties



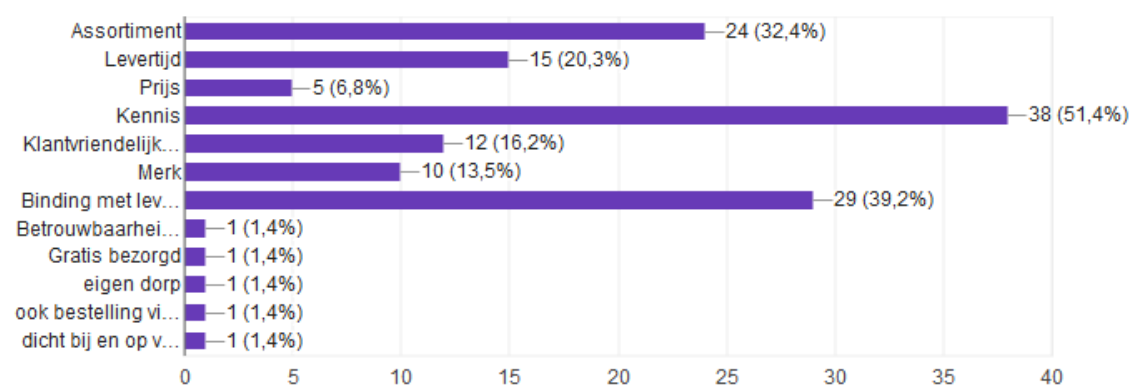
6. Welke onderdelen koopt u waarbij uzelf de nodige arbeid verricht voor het vervangen of plaatsen?

74 reacties



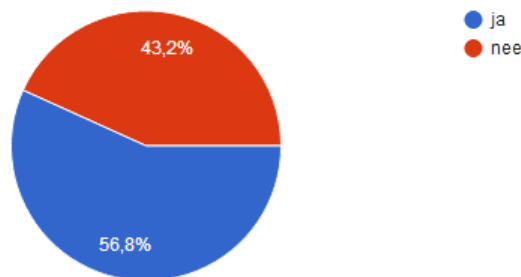
7. Welke voornaamste twee redenen heeft u voor het kiezen van een leverancier zoals genoemd bij vraag 4?

74 reacties



8. Als uw leverancier u een app zou bieden om onderdelen te bestellen en de bestelde onderdelen wekelijks gratis zal afleveren, zou u hier dan gebruik van willen maken?

74 reacties



U heeft aangegeven geen gebruik te willen maken van een app aangeboden door uw leverancier. Kunt u motiveren waarom?

32 reacties

- De app mag wel, maar de wekelijkse levering niet. Ik wil het geleverd hebben als ik het nodig heb, dagelijks dan.
- als ik wil moet ik er op dat moment direkt over beschikken
- de leverancier moet ook de reparatie doen dus ook zelf bestellen
- ik overleg liever in de werkplaats
- Geen belangstelling
- Een keer per week leveren duurt veel te lang
- als ik iets nodig heb dan wil ik het graag snel hebben. ik bestel wel via kramp.
- onderdelen wil ik persoonlijk ophalen
- Dan mis ik weer de benodigde kennis
- Wil zeker zijn dat ik het goede onderdeel heb.
- No answer
- Ik ben uit het stenen tijdperk
- Dan mis je de kennis en kunde van de magazijnchef
- D
- ik koop op de account van het meubelbedrijf waardoor zij hogere omzet en dus prijs voordeel hebben wat zij voor een deel aan mij door berekenen (korting)
- ben niet zo van on line
- Ik werk nog met een telefoon van 20 euro alleen bellen of sms's
- Er is zo veel keus in onderdelen, de kans is mi te groot dat ik het verkeerde bestel
- ik wil zeker weten dat ik het goede krijg.
- gedoe van niks
- Omdat er staat wekelijks afleveren, vaak kun of wil je niet zolang wachten op onderdelen.
- een week levertijd is te lang

- Onpersoonlijk
- in een w werkplaats waar je besteld kun je overleggen met de werkplaatschef voor een ander artikel of goedkoper alternatief
- te specifiek, fouten worden met digitaal bestellen sneller gemaakt
- heb geen applicatie programma tot mijn beschikking
- ik hoe niet zo van appen bang verkeerd onderdeel
- leverancier zit dichtbij
- geen interesse ga ik heel weinig gebruiken
- ga toch eerst overleggen met leverancier over onderdeel en dan bestelt leverancier
- ik hou van deskundigheid via mijn vaste aanspreekpunt (dealer)
- hoeft van mij mij niet

9. Hoe zou volgens u een mechanisatiebedrijf het leveren van onderdelen kunnen verbeteren?

74 reacties

- niet (4)
- geen idee (3)
- Geen idee (2)
- weet ik niet (2)
- Levering aan huis
- Dat gaat al prima voor mij. Webshop is makkelijk om inzicht te hebben van de prijs
- Niet beter , het is zo al goed
- Is al perfect.
- scherpere prijs
- Prijs
- thuisbezorgen
- Via internet met een bezorgservice
- Online
- snelheid leveren hoog houden indien niet voorradig
- Leveringssnelheid en zekerheid uitbreiden
- Zo veel mogelijk online catalogus onderdelen machines kunnen zoeken
- ???
- Zelf account bij groothandel
- het is goed
- Het is goed zo
- niet nodig, leveringen van Agricenter (Kramp) via mechanisatiebedrijf verloopt uitstekend
- directe beschikbaarheid is nummer 1
- Online onderdelenlijst met bestel mogelijkheden
- Niet, gaat prima nu
- de onderdelen thuis bezorgen
- Geen idee
- het is goed zo
- Verzenden maar is ook beperkt,want als je aan het repareren bent dan wil je het ook graag direct hebben.

- meer op voorraad
- Online via we site
- Onderdelensite mèt prijs
- Watsapp, aansluiting bij bijv kramp
- Online
- duidelijke online catalogus op je eigen machine toegespitst
- geen suggesties
- ...
- Actuele levertijd status
- goede onderdelen lijsten (digitaal) geven voor jou machines, zodat jij per mail/ app het gewenste onderdeel kan bestellen
- snel en de goede spullen
- via webshop dan weet ik wat er op voorraad is en dan kan of ophalen of bestellen.
- meer in voorraad alleen dat is voor hun te duur
- Internet bestellen via de dealer faciliteren, volgens mij is dat er al.
- online aanbieden
- Ze doen het goed op dit moment.
- gaat goed op dit moment
- Geen punten ze helpen altijd zo goed als mogelijk.
- Het meer op voorraad hebben van onderdelen die regelmatig vervangen moeten worden.
- online magazijn toe geslist op de machines die je hebt en wat het meest kapot gaat
- dagelijkse bezorgroute rijden
- gaat al goed
- Niet
- het zou goedkoper moeten, scheelt soms 20 %
- gratis bezorgservice is ideaal. En op zaterdag ook bereikbaar zijn voor onderdelen.
- nvt
- thuis bezorgen,
- Prima zoals het is
- geen verbetering nodig
- Sneller
- op een eenvoudige wijze online bestellen
- geen mening
- geen problemen mee
- n.v.t.
- Geen
- sneller en goedkoper
- Concurrerende prijsstelling te hanteren ipv opslag op opslag
- Waarde toevoegen door : voorraad / kennis / service / snelle levering
- weet niet
- bezorgdienst