

~~Dit~~ Middels dit onderzoek, dat onder meer voor bakkerij van Elst is uitgevoerd, ~~wil wordt~~ onderzocht aantonen wat de mening van de consument is wat betreftten aanzien van de boerencake. Daarnaast ~~zullen we bekijken wordt~~ bestudeerd nagegaan wat de mening is van supermarkten, diepvrieswinkels en bakkerijen ~~in over~~ de marktmogelijkheden van de boerencake en of zij interesse hebben in dit product.

Met opmerkingen [RB1]: Je hebt geen probleemstelling in je onderzoek opgenomen, wat wel nodig is. Bijvoorbeeld:

'Vanwege omzetstagnatie in 2015, wil Bakkerij van Elst graag het assortiment uitbreiden. Voor een bakkerij als 'Bakkerij van Elst' is het van belang te weten wat consumenten en producenten van zijn product vinden. Zodra hierover informatie is ingewonnen kan hij inzicht krijgen over het toekomstperspectief van zijn product, bijvoorbeeld of er afzetmogelijkheden zijn naar andere producenten toe en of er eventueel aanpassingen nodig zijn.'

1.2 Onderzoeksdoel

Het doel van dit onderzoek is ~~tweezijdig tweeledig~~ en ~~het~~-valt onder te verdelen in een praktijkdoelstelling en een onderzoeksdoelstelling. De praktijkdoelstelling ~~wordt geeft~~ aan aangegeven wat Bakkerij van Elst kan bereiken met deze opdracht en de onderzoeksdoelstelling geeft aan wat de onderzoeker wil bereiken met het uitvoeren ~~hiervan van dit project~~. Hieronder zijn beide doelstellingen- beschreven weergegeven:

1.4 Onderzoeksvragen

De onderzoeksvraag is tweeledig en is als volgt ~~geconcretiseerd~~ geformuleerd:

- ~~Hoe staat~~ Wat vindt de consument ~~ten opzichte~~ van de boerencake op vlak van smaak, verpakking, prijs, en is de consument bereid om deze cake uit de diepvries te kopen?
- Wat zijn de ~~kansen~~ marktmogelijkheden van de boerencake en is er vraag naar de boerencake vanuit bakkerijen, supermarkten, groot- en kleinhandel en diepvrieswinkels?

Met opmerkingen [RB2]: De onderzoeksvraag bestaat normaal gezien uit één centrale vraag en niet uit twee vragen, zoals hier. Je kunt er één hoofdvraag van maken, bijvoorbeeld:

H: Op welke manier kan de boerencake van Van Elst het best in de markt worden gezet?

Vervolgens kun je als deelvragen opnemen:

1. Wat vindt de consument van de boerencake met betrekking tot de smaak, verpakking en prijs?
2. In hoeverre is de consument bereid om deze diepvriescake te kopen?
3. Is er vraag naar de boerencake vanuit bakkerijen, supermarkten, groot- en kleinhandel en diepvrieswinkels?

1.5 onderzoeksmethode(n)

In ~~de-het~~ eerste ~~deel segment~~ van dit onderzoek, dat handelt over de vraag wat consumenten ~~vinden~~ van de boerencake vinden, wordt een kwantitatieve ~~vef~~ onderzoeksmethode gehanteerd. Het tweede deel is-betreft een kwalitatief onderzoek ~~naar-aanleidingaan de hand~~ van ~~een-paarenkele~~ vraaggesprekken onder afnemers.

Met opmerkingen [RB3]: Voeg toe: 'in de vorm van een enquête'

Vanuit het 4P-model (zie hoofdstuk 2) zijn de onderzochte variabelen ~~gedestilleerdonttrokken~~. Dezen ~~gaan-over~~betreffen de smaak, de prijs, de verpakking en het diepvriesconcept. Op basis van deze vier variabelen zijn vier hypotheses ~~genoemd-opgesteld~~ die ~~op-basis-van~~middels de resultaten van de uitgevoerde enquêtes zijn getoetst. De ~~opname-verwerking~~ van de resultaten geschiedde ~~op basisaan de hand~~ van het softwareprogramma SPSS.

Met opmerkingen [RB4]: Het zou goed zijn als je de hypothesen ook alvast in de inleiding formuleert

Het kwalitatieve onderzoek

Het doel van het kwalitatieve onderzoeksdeel is inzicht te krijgen ~~van-in~~ de bereidheid van afnemers om de boerencake in hun assortiment op te nemen en hun algemene mening ~~na-te~~ gaan-peilen over wat-betreft dit product (wat vinden zij ~~vinden~~ van de marktmogelijkheden vanuit hun expertise?), wat-om te komen tot een analyse van de marktmogelijkheden van de boerencake ~~zal-leiden~~. In ~~zijn-totaliteit-totaal~~ zijn voor het kwalitatief onderzoek onder afnemers 11 interviews afgelegd. Er zijn ~~allereerst ten eerste~~ 42 bakkerijen in de regio Wageningen per brief op de hoogte ~~gesteld-gebracht~~ van het onderzoek ~~per-brief~~. Uiteindelijk toonden vijf bakkerijen interesse voor een gesprek. ~~Bovendien-Daarnaast~~ zijn ~~ook~~ nog eens 11 supermarkten schriftelijk ~~op-de hoogte-gesteld~~benaderd. ~~Twee~~ daarvan waren geïnteresseerd-bereid een interview af te geven. De bakkerijen en supermarkten die weigerden deel te nemen gaven als voornaamste reden aan geen interesse-behoefte te hebben ~~in-aan~~ het verkopen van een diepvriescake. Ten slotte zijn 7-zeven diepvriessupermarkten gecontacteerd ~~met de-vraag-of-ze-mee-wilden-doen~~, waar vanbij er bij vier een interview is afgelegd. De contactgegevens van de afnemers zijn opgenomen in Bijlage 2.

Met opmerkingen [RB5]: In je resultatenhoofdstuk spreek je van 13 interviews. Wees consequent.

1.6 Opbouw rapport

In paragraaf 1 van hoofdstuk 2 ~~zijn wordt~~ het theoretisch kader ~~worden~~ geschetst, ~~waaronder waarin~~ het kwantitatieve onderzoek ~~inbedding heeft gekregen~~. In paragraaf 2 zullen de ~~opgedane verkregen~~ kwantitatieve gegevens verwerkt worden en in paragraaf 3 ~~zullen deze~~ geanalyseerd worden. Vervolgens zullen op basis van ~~deze~~ analyses in paragraaf 4 conclusies worden ~~getrokken~~. In hoofdstuk 3 wordt overgegaan ~~tot op~~ het kwalitatieve gedeelte.

Paragraaf 1 van Hoofdstuk 3 licht ~~weer nog eens~~ de methodologie van het *kwalitatieve onderzoek* en de opbouw van het kwalitatieve deel toe. In paragraaf 2 zijn de gegevens verwerkt en gecodeerd (zie verder). In paragraaf 3 ~~gebouwt vindt~~ de eigenlijke analyse ~~plaats aan de hand naar aanleiding~~ van een SWOT-analyse en een schematische uitwerking daarvan. In paragraaf 4 worden ten slotte, net als bij het kwantitatieve gedeelte, conclusies ~~gegeven getrokken~~ en aanbevelingen ~~gegeven gedaan~~.

DESTEP-Analyse

De DESTEP ~~-analyse~~ is een brede analyse van de omgevingsfactoren die ~~kunnen~~ invloed hebben op de organisatie en ~~zijn haar~~ activiteiten. De macro (omgevings)factoren zijn factoren op ~~het maatschappelijk~~ niveau ~~van de samenleving en maatschappij~~ waar ~~op~~ de organisatie geen invloed ~~op~~ heeft. ~~Dit model eze~~ ~~analyse theorie komt wordt~~ veel ~~voor gebruikt~~ bij het maken van een ~~e~~ Externe analyse. DESTEP ~~bestaat~~ uit de volgende factoren: demografisch, economisch, sociaal, technologisch, ecologisch en politiek.

Marketingmix

De marketingmix is de combinatie van ~~de~~ instrumenten die ~~kan~~ worden gebruikt door een organisatie ~~voor kan gebruiken met behulp van het~~ het invullen van de marketingstrategie in het marketingplan. Het gebruik ~~van~~ de instrumenten uit de marketingmix en hun onderlinge wisselwerking is ~~onder andere~~ ~~a~~ afhankelijk van de doelen, de doelgroep, de concurrentie en de markt ~~waarvandaan waarin~~ het bedrijf ~~opereert~~ zich bevindt ~~marketingplan~~. De marketingmix bestaat uit de instrumenten Prijs, Product, Promotie en Plaats.

Met opmerkingen [RB6]: Er worden ook aanbevelingen gegeven in dit hoofdstuk. Geef aan achter het woord 'getrokken': "en enkele aanbevelingen worden gedaan ter verbetering van het product"

Met opmerkingen [SN7]: Geef aan het eind de bron

Met opmerkingen [SN8]: Afkortingen zoals deze voluit in onderzoek

Met opmerkingen [SN9]: Geef de bron aan

Met opmerkingen [SN10]: Heb je de DESTEP en marketingmix ook voor je onderneming ingevuld? Of komt dat nog in een ander deel van je scriptie? Op zich is het prima dat je deze theorieën en modellen in je theoretisch kader opneemt, maar het is gangbaar om deze modellen ook ergens in te vullen op basis van jouw onderzochte onderneming. Zie www.scriptium.nl/alle-scriptiemodellen voor de invulling ervan. Mogelijk volgt dit nog in een volgend hoofdstuk. Als dat zo is, verwijst er hier aan het eind dan naar: 'de DESTEP en de marketingmix worden in hoofdstuk X voor Van Elst ingevuld. Je kunt de modellen ook in het theoretisch hoofdstuk zelf invullen en dan heb je de theorie aan je onderzochte bedrijf/ onderzoeksdoel gekoppeld, waarna het compleet is.

Voordelen Scriptium:

- We halen ongeveer 20% meer fouten dan andere bureaus uit je scriptie
- We kijken zowel op taal als op inhoud na
- We hebben correctoren uit alle vakgebieden

* Dit correctievoorbeld wordt met toestemming van de student door Scriptium gebruikt. De binnengekomen scripties van klanten worden echter nooit voor commerciële doeleinden gebruikt en worden niet aan derden getoond.

[Bekijk een ander voorbeeld inhoudelijke controle>>](#)

[Ga terug naar de site van Scriptium>>](#)