

Technologische implementatie binnen de Nederlandse Horeca sector

Model voor analysering van trends binnen de Nederlandse Horeca sector

Projectnaam: Trendonderzoek Koninklijke Horeca Nederland

Raymon Boerland

Hoger Hotel Onderwijs

6 september 2011

Saxion

Kenniscentrum Hospitality

Handelskade 75

7417 DH Deventer

E: kenniscentrumhospitality@saxion.nl

W: www.saxion.nl/hospitality

Copyright © 2011 Saxion. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Kom verder. Saxion.

Door de toenemende technologische ontwikkelingen is het voor ondernemers belangrijk te weten wat deze gaan betekenen voor de Nederlandse Horeca sector. Wie tijdig in wil spelen op trends en ontwikkelingen zal snel en accuraat op de hoogte moeten worden gesteld. Dit artikel biedt de lezer informatie over een onderzoek dat is uitgevoerd voor de Koninklijke Horeca Nederland (KHN) ten behoeve van de communicatie tussen de leden en de KHN en de implementatie van technologische trends in de Nederlandse horeca sector.

De aanleiding van het onderzoek naar een model waar trends en ontwikkelingen mee kunnen worden geanalyseerd heeft te maken met de situatie die er bij de KHN, de branche vereniging voor Nederlandse horeca ondernemers, de laatste jaren is ontstaan. De afgelopen jaren zijn ondernemers niet altijd op tijd geadviseerd over trends en ontwikkelingen die zich af hebben gespeeld op de markt. Dit heeft geresulteerd in het te laat in actie komen van ondernemers ten aanzien van trends.

Om ondernemers te helpen in het analyseren van trends en ontwikkelingen en door deze te vertalen naar de praktijk is er een model gecreëerd, waarmee trends vanaf internationaal niveau kunnen worden vertaald naar de vier sectoren (slapen, eten, drinken en recreëren) van de KHN. Het doel van het onderzoek bestaat uit twee delen. Enerzijds zal er een instrument worden ontwikkeld, waarmee trends en ontwikkelingen kunnen worden geanalyseerd. Daarnaast is het doel om de belangrijkste trends op het gebied van technologie voor de komende tien jaar te weergeven en aan te geven hoe deze kunnen worden geïmplementeerd in de sectoren van de KHN.

Met behulp van de volgende onderzoeksvraag zal er een adviserend antwoord worden gegeven voor de situatie bij de KHN; *Door middel van welk instrument kunnen de waardes van macro trends binnen de sectoren van de Koninklijke Horeca Nederland worden geanalyseerd en geïmplementeerd in de praktijk?*

Om een goed onderbouwd advies te formuleren voor de KHN is er gebruik gemaakt van vooraanstaande wetenschappelijke literatuur om de validiteit en betrouwbaarheid van het onderzoek te waarborgen.

Er bestaan verschillende modellen voor het analyseren van trends en ontwikkelingen. Gedurende het onderzoek is er gekeken naar het vijfkrachtenmodel van Porter, model van Olsen en het DESTEP model. Voor de KHN was het belangrijk dat de trends vanaf internationaal niveau konden worden vertaald naar de sectoren. Na het onderzoek kan er geconcludeerd worden dat het Olsen model zich hier het beste voor leent. Het model, wat wordt beschreven in het boek *Strategic management in the hospitality industry* van M. Olsen, bestaat uit vijf omgevingen waarin de trend wordt beschreven. De trends worden via de Remote omgeving vanaf internationaal niveau in een trechtersvorm verwerkt naar de laatste omgeving. In de Firm omgeving wordt er gekeken wat de internationale trends kunnen betekenen voor de hoofdverantwoordelijkheden van de onderneming. Voor de KHN zijn dit de vier sectoren, waardoor er kan worden geconcludeerd dat de trends vanaf internationaal niveau naar het bedrijf worden gefilterd, waarna de voor en nadelen van de trend voor de sectoren van de KHN zichtbaar zijn.

Om een vertaalslag van technologische trends naar de sectoren van de KHN te maken zijn de technologische trends in het model van Olsen verwerkt. De voorwaarde voor het gebruik van de technologische trends gedurende het onderzoek is dat deze in minimaal vijf onafhankelijke wetenschappelijke rapporten naar voren moesten komen. Met het Olsen model is er een overzicht verkregen van belangrijke technologische trends, waarin de voor en nadelen van de trends voor de sectoren zijn benoemt. Bovendien is er onderzocht of het mogelijk is om een snellere technologische methode te gebruiken voor het analyseren van trends en ontwikkelingen.

Uit de analyse zijn verschillende technologische trends naar voren gekomen die de komende tien jaar een belangrijke rol gaan spelen en interessant kunnen zijn voor de Nederlandse horeca sector. Voorbeelden van deze technologische trends kunnen worden onderverdeeld in vier trend stromingen; smartphone gebruik, internet, door middel van technologie duurzaam ondernemen en vooruitstrevende technologie concepten. Binnen deze technologische stromingen zijn diverse ontwikkelingen zichtbaar waar ondernemers rekening mee dienen te houden. Zo wordt er in het buitenland gebruik gemaakt van een bestelsysteem in restaurants aan de hand van de smartphone, waar Nederlandse horeca en trend experts zeer lovend over zijn. Ook promotie via mobiel internet zal de komende jaren flink toenemen. Daarnaast is de verwachting uit wetenschappelijke rapporten dat er in 2020 meer dan vijf miljard internetgebruikers zullen zijn. Voor ondernemers is het belangrijk om in te spelen op technologische trends aangezien de technologie zich steeds verder blijft ontwikkelen. Hoewel de horeca sector iets conservatiever is ten aanzien van technologie dan andere branches zal juist de horeca stappen moeten gaan maken. Het levert veel op en kost niet veel.

Door de trends te rangschikken op relevantie is er een best practice scenario voor de KHN gecreëerd waarin de conclusies en te nemen stappen zijn beschreven. Om trends te analyseren zal de KHN gebruik moeten maken van het Olsen model, waarmee de trend vanaf internationaal niveau wordt vertaald naar de sectoren. Om dit op een snellere manier te doen zal er gebruik moeten worden gemaakt van een voor de KHN gecreëerde website, netvibes.com. Via een persoonlijke pagina kunnen ondernemers of de KHN toonaangevende websites die trends generen toevoegen aan de persoonlijke pagina. De informatie hier op wordt constant ververs, waardoor ondernemers met één druk op de knop een overzicht hebben van trends die belangrijk zijn voor hun vakgebied.

De tweede stap is het implementeren van het mobiel bestelsysteem binnen de Nederlandse horecasector. Via een applicatie op de smartphone kunnen gasten zelf bestellen, wat een snellere service oplevert, inspeelt op de jongere doelgroep en omzet genereert. Ten derde, zullen ondernemers internet activiteiten moeten optimaliseren om in de toekomst goed voorbereid te zijn op het grote aantal gebruikers. Hieronder vallen o.a. het optimaliseren van social media, aanpassen van websites naar mobiel internet en het gratis aanbieden van internet in hotels, restaurants en cafés. Tevens, is er rekening gehouden met alternatieven wanneer de implementatie van de trends niet mogelijk blijkt te zijn.

Kortom, het is belangrijk dat de Koninklijke Horeca Nederland zijn leden adviseert over de ontwikkelingen die zich in de komende tien jaar af gaan spelen op het gebied van technologie en daarnaast gebruik gaat maken van het Olsen model en de persoonlijke pagina op netvibes om zo haar leden tijdig te informeren.

Door de toenemende technologische ontwikkelingen is het voor ondernemers belangrijk te weten wat deze gaan betekenen voor de Nederlandse Horeca sector. Wie tijdig in wil spelen op trends en ontwikkelingen zal snel en accuraat op de hoogte moeten worden gesteld. Dit artikel biedt de lezer informatie over een onderzoek dat is uitgevoerd voor de Koninklijke Horeca Nederland (KHN) ten behoeve van de communicatie tussen de leden en de KHN en de implementatie van technologische trends in de Nederlandse horeca sector.

De aanleiding van het onderzoek naar een model waar trends en ontwikkelingen mee kunnen worden geanalyseerd heeft te maken met de situatie die er bij de KHN, de branche vereniging voor Nederlandse horeca ondernemers, de laatste jaren is ontstaan. De afgelopen jaren zijn ondernemers niet altijd op tijd geadviseerd over trends en ontwikkelingen die zich af hebben gespeeld op de markt. Dit heeft geresulteerd in het te laat in actie komen van ondernemers ten aanzien van trends.

Om ondernemers te helpen in het analyseren van trends en ontwikkelingen en door deze te vertalen naar de praktijk is er een model gecreëerd, waarmee trends vanaf internationaal niveau kunnen worden vertaald naar de vier sectoren (slapen, eten, drinken en recreëren) van de KHN. Het doel van het onderzoek bestaat uit twee delen. Enerzijds zal er een instrument worden ontwikkeld, waarmee trends en ontwikkelingen kunnen worden geanalyseerd. Daarnaast is het doel om de belangrijkste trends op het gebied van technologie voor de komende tien jaar te weergeven en aan te geven hoe deze kunnen worden geïmplementeerd in de sectoren van de KHN.

Met behulp van de volgende onderzoeksvraag zal er een adviserend antwoord worden gegeven voor de situatie bij de KHN; *Door middel van welk instrument kunnen de waardes van macro trends binnen de sectoren van de Koninklijke Horeca Nederland worden geanalyseerd en geïmplementeerd in de praktijk?*

Om een goed onderbouwd advies te formuleren voor de KHN is er gebruik gemaakt van vooraanstaande wetenschappelijke literatuur om de validiteit en betrouwbaarheid van het onderzoek te waarborgen.

Er bestaan verschillende modellen voor het analyseren van trends en ontwikkelingen. Gedurende het onderzoek is er gekeken naar het vijfkrachtenmodel van Porter, model van Olsen en het DESTEP model. Voor de KHN was het belangrijk dat de trends vanaf internationaal niveau konden worden vertaald naar de sectoren. Na het onderzoek kan er geconcludeerd worden dat het Olsen model zich hier het beste voor leent. Het model, wat wordt beschreven in het boek *Strategic management in the hospitality industry* van M. Olsen, bestaat uit vijf omgevingen waarin de trend wordt beschreven. De trends worden via de Remote omgeving vanaf internationaal niveau in een trechtersvorm verwerkt naar de laatste omgeving. In de Firm omgeving wordt er gekeken wat de

internationale trends kunnen betekenen voor de hoofdverantwoordelijkheden van de onderneming. Voor de KHN zijn dit de vier sectoren, waardoor er kan worden geconcludeerd dat de trends vanaf internationaal niveau naar het bedrijf worden gefilterd, waarna de voor en nadelen van de trend voor de sectoren van de KHN zichtbaar zijn.

Om een vertaalslag van technologische trends naar de sectoren van de KHN te maken zijn de technologische trends in het model van Olsen verwerkt. De voorwaarde voor het gebruik van de technologische trends gedurende het onderzoek is dat deze in minimaal vijf onafhankelijke wetenschappelijke rapporten naar voren moesten komen. Met het Olsen model is er een overzicht verkregen van belangrijke technologische trends, waarin de voor en nadelen van de trends voor de sectoren zijn benoemt. Bovendien is er onderzocht of het mogelijk is om een snellere technologische methode te gebruiken voor het analyseren van trends en ontwikkelingen.

Uit de analyse zijn verschillende technologische trends naar voren gekomen die de komende tien jaar een belangrijke rol gaan spelen en interessant kunnen zijn voor de Nederlandse horeca sector. Voorbeelden van deze technologische trends kunnen worden onderverdeeld in vier trend stromingen; smartphone gebruik, internet, door middel van technologie duurzaam ondernemen en vooruitstrevende technologie concepten. Binnen deze technologische stromingen zijn diverse ontwikkelingen zichtbaar waar ondernemers rekening mee dienen te houden. Zo wordt er in het buitenland gebruik gemaakt van een bestelsysteem in restaurants aan de hand van de smartphone, waar Nederlandse horeca en trend experts zeer lovend over zijn. Ook promotie via mobiel internet zal de komende jaren flink toenemen. Daarnaast is de verwachting uit wetenschappelijke rapporten dat er in 2020 meer dan vijf miljard internetgebruikers zullen zijn. Voor ondernemers is het belangrijk om in te spelen op technologische trends aangezien de technologie zich steeds verder blijft ontwikkelen. Hoewel de horeca sector iets conservatiever is ten aanzien van technologie dan andere branches zal juist de horeca stappen moeten gaan maken. Het levert veel op en kost niet veel.

Door de trends te rangschikken op relevantie is er een best practice scenario voor de KHN gecreëerd waarin de conclusies en te nemen stappen zijn beschreven. Om trends te analyseren zal de KHN gebruik moeten maken van het Olsen model, waarmee de trend vanaf internationaal niveau wordt vertaald naar de sectoren. Om dit op een snellere manier te doen zal er gebruik moeten worden gemaakt van een voor de KHN gecreëerde website, netvibes.com. Via een persoonlijke pagina kunnen ondernemers of de KHN toonaangevende websites die trends generen toevoegen aan de persoonlijke pagina. De informatie hier op wordt constant ververs, waardoor ondernemers met één druk op de knop een overzicht hebben van trends die belangrijk zijn voor hun vakgebied.

De tweede stap is het implementeren van het mobiel bestelsysteem binnen de Nederlandse horecasector. Via een applicatie op de smartphone kunnen gasten zelf bestellen, wat een snellere service oplevert, inspeelt op de jongere doelgroep en omzet genereert.

Ten derde, zullen ondernemers internet activiteiten moeten optimaliseren om in de toekomst goed voorbereid te zijn op het grote aantal gebruikers. Hieronder vallen o.a. het optimaliseren van social media, aanpassen van websites naar mobiel internet en het gratis



aanbieden van internet in hotels, restaurants en cafés. Tevens, is er rekening gehouden met alternatieven wanneer de implementatie van de trends niet mogelijk blijkt te zijn.

Kortom, het is belangrijk dat de Koninklijke Horeca Nederland zijn leden adviseert over de ontwikkelingen die zich in de komende tien jaar af gaan spelen op het gebied van technologie en daarnaast gebruik gaat maken van het Olsen model en de persoonlijke pagina op netvibes om zo haar leden tijdig te informeren.