



AFSTUDEERONDERZOEK

‘Hoe ziet de waardeketen eruit voor de Moengo Markt?’

Zuurhout, Sjors
Oktober 2018

Afstudeeronderzoek

‘Hoe ziet de waardeketen van de Moengo Markt eruit?’

Auteur

Sjors Zuurhout
Eindseweg 17
3959 AT, Overberg
Tel: 06-33030554
E-mail: sjors.zuurhout93@gmail.com

Opleiding

Major: Agrarisch Ondernemerschap DV
Minor: International Advisor

Educatieve Instelling

Aeres Hogeschool Dronten
De Drieslag 4
8251 JZ, Dronten

Stagebegeleider

Rudi Darson
SOIL Masonkondre
Florinestraat perceel 159
Paramaribo
Tel: 06-20813922

Afstudeerdocent

Jan van Beekhuizen
De Drieslag 4
8251 JZ, Dronten
E-mail: j.van.beekhuizen@aeres.nl

DISCLAIMER

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

Voorwoord

Het doel van dit afstudeeronderzoek is om de waardeketen rondom de Moengo Markt, duidelijk in beeld te brengen. Op deze manier moet dit onderzoek aantonen wat de waarde is van de markt in de lokale maatschappij. Moengo is een bijzonder dorp met een intense achtergrond en uit eerdere projecten bleek er vraag te zijn naar een dergelijke markt, maar wat de waarde van de Moengo Markt is en welk effect het heeft op de bevolking is vooralsnog onduidelijk.

Ik ben momenteel mijn studie Agrarisch Ondernemerschap op de Aeres Hogeschool te Dronten aan het afronden. In de loop der jaren, heb ik mijzelf kunnen ontwikkelen in de (internationale) melkveehouderij. Mijn ouders en ik zijn momenteel intensief bezig om een melkgeitenbedrijf op te zetten en hierdoor is mijn focus veranderd. Voorheen lag mijn focus op het vaktechnische aspect van de internationale melkveehouderij, vandaag de dag ligt dat meer op ondernemerschap. Hierdoor heb ik voor deze stage gekozen. De melkveehouderij is vrijwel niet aanwezig in Suriname, maar landbouw wel. Voor mij is het een geweldige ervaring geweest om te mogen ondernemen in Moengo. De grootste verschillen zitten hem in de bevolking, die heel anders is als in Nederland. Het is dan ook een kunst om de bevolking zo efficiënt mogelijk te betrekken bij de Moengo Markt. Dit geldt voor de consument, producent, de organisatie en de lokale overheid.

Graag wil ik Mevr. C. Nieuwenhuizen en Dhr. J. van Beekhuizen bedanken voor hun begeleiding vanuit de Aeres Hogeschool te Dronten. Graag wil ik Dhr. R. Darson, Dhr. K. Cairo, Mevr. T. Pinas, Dhr. R.L. Toni en mijn medestagiair Ryanna de Boer bedanken voor hun intensieve bijdrage aan de markt. Bedankt voor al uw hulp en ondersteuning gedurende mijn zomer in Moengo.

Sjors Zuurhout – Augustus 2018

Inhoud

Summary	2
Samenvatting	3
1. Inleiding.....	4
2. Methode	7
2.1 Personen	7
2.2 Organisatie Moengo Markt.....	7
2.3 Literatuuronderzoek.....	7
3. Resultaten	9
3.1 Moengo Markt 2018	9
3.1.1 Voorafgaande werkzaamheden in Nederland	9
3.1.2 Voorafgaande werkzaamheden in Suriname.....	9
3.1.3 Organisatie marktperiode	10
3.2 Hoe groot is de vraag naar de Moengo Markt?	11
3.2.1 Demografie Moengo	11
3.2.2 Maatschappelijke vraag	13
3.2.3 Economische vraag.....	14
3.2.4 Conclusie	15
3.3 Welke personen en activiteiten vallen er binnen de waardeketen?	16
3.3.1 Standhouders.....	16
3.3.2 Het organiseren van de markt	17
3.3.3 Bezoekers en handelaren.....	19
3.3.4 Conclusie	20
3.4 Welke effecten hebben externe stakeholders op de waardeketen?	21
3.4.1 Belanghebbende.....	21
3.4.2 Effecten van externe stakeholders	22
3.4.3 Conclusie	23
3.5 Wat is het toekomstperspectief van de Moengo Markt?	24
3.5.1 Vraag naar voedsel	24
3.5.2 Nationale aspect	25
3.5.3 Lokale situatie	26
3.5.4 Conclusie	27
3.6 Wat valt er binnen het waardeketenmodel van Porter?	27

3.6.1 Primaire activiteiten	28
3.6.2 Ondersteunende activiteiten	30
3.6.3 Conclusie	32
4. Discussie.....	33
4.1 Discussie per deelvraag.....	33
4.2 Reflectie op uitgevoerd onderzoek	34
5. Conclusies en aanbevelingen	35
5.1 Conclusies	35
5.2. Aanbevelingen	37
Bibliografie	38
Bijlage I: Marktstatistieken.....	41

Summary

The Moengo Market was in the past a well-known concept. Moengo was the second biggest town in Suriname, mainly because of the excavation of bauxite. Halfway into the '80's, a war started between the national government and insurgents and about 15 years later, the bauxite mines were depleted. Moengo fell into a depression, which is still felt today. Agriculture is sustainable and can't be depleted, so it is essential that the locale civilians transfer from mining to agriculture. This will bring stability to the region, since people are able to feed themselves while earning money. The *non-governmental organization* (NGO) SOIL helps developing the local agro-economy by introducing an old concept in a new transformation; the Moengo Market.

First of all, the demand of the Moengo Market had to be investigated. The demand is created from two aspects; society and economy. Local supermarkets offer a wide variety of food that is either canned or frozen and are the main reason a lower demand compared to 30 years ago. However Moengo does not have that many places where it is possible to buy fresh foods. Food-wise there is not a huge demand for the Moengo Market, but the market does also have a social aspect. The Moengo Market does also offer hot food, good music and cosines. This creates a homely atmosphere. The Moengo Market simulates the typical Surinamese culture, which attracts tourists. Moengo is located along the Cottica river and has a long, interesting history, something that entrepreneurs can use to create touristic attractions.

Exhibitors, salesman, sponsors, the local government and the public transport company are all included into the value chain of the Moengo Market. There are three types of exhibitors; regular exhibitors that sell vegetables and fruits. Food stands that sell warm meals and the tourist attractions that sell trips to tourists. The most important organization is the locale government; they are responsible for supplying the permit. Other companies that are included into the value chain are Telesur, Godobank and the NVB.

The Moengo Market does have a small amount of external stakeholder. Even though small, it is an important group. They do not have the power to directly change anything, but they are able to influence indirectly. The group includes the media, competing external exhibitors, consultancy and the Barronschool, which could supply intern placements.

The Moengo Market does have a good future prospect; it will continue to develop so that farms can grow and that farmers have a stable income. Imported food is expensive, because of the high inflation rate at which the Surinamese Dollar is. People are not able to afford imported foods daily, so people are relying more on locally produced foods. Foods that a person is able to buy on a market. Surinamese people like fresh foods, the music and the cosines of a market and it is actually embedded into the Surinamese culture. Therefore markets like the Moengo Market will also exist.

Samenvatting

The Moengo Markt is van oudsher een begrip. Moengo was de tweede stad van Suriname, voornamelijk vanwege het winnen van bauxiet. Een binnenlandse oorlog in 1986 en uitgeputte bauxiet mijnen zorgde voor een lokale depressie. Om een stabiel inkomen te creëren is het noodzakelijk dat de bevolking overstapt van de mijnbouw naar de landbouw, want de landbouw is onuitputtelijk en dus een duurzame oplossing. De stichting SOIL helpt bij de omschakeling, door veel projecten uit te voeren waaronder de organisatie van de Moengo Markt.

Allereerst moet de vraag naar de Moengo Markt worden onderzocht. De vraag komt vanuit twee aspecten; de maatschappelijke en economische vraag. Door de komst van supermarkten is de vraag minder geworden. De vraag is echter niet verdwenen, want de supermarkten verkopen geblik en ingevroren voedsel en verse groentes en fruit is schaars. Hierbij speelt de Moengo Markt een essentiële rol. Daarnaast houden Surinamers van muziek, lekker eten en socialiseren. Hier is de Moengo Markt een goede basis voor. Er is een grote economische vraag naar de Moengo Markt. De Moengo Markt zorgde voor vaste afzet van producten. Dit creëerde stabiliteit en continuïteit voor boeren. De Moengo Markt is een weerspiegeling van de Surinaamse cultuur, met verse groentes, muziek en warme maaltijden. Dit is iets waar toeristen op afkomen. Het is dan ook mogelijk om toeristische trips te organiseren bijvoorbeeld naar de oude bauxiet mijnen.

Binnen de waardeketen vallen reguliere standhouders, foodstandhouders en de organisatie van toeristische attracties. De lokale overheid heeft de belangrijkste rol, want zij zijn verantwoordelijk voor het verlenen van de vergunning en bepaald indirect de hoogte van de standgelden. Daarnaast vallen de NVB, Telesur en sponsors belangrijk voor de organisatie van de Moengo Markt.

De externe stakeholders hebben indirect invloed op de organisatie van de Moengo Markt. Deze groep is klein en is bestaande uit: de media, lokale overheid, concurrerende standhouders, personen met een adviserende rol en de Barronschool die den duur stageplaatsen kan vervullen.

De Moengo Markt heeft een goed toekomstperspectief. De stabiliteit die het de boeren geeft moet in de toekomst een stimulans zijn om het agrarisch bedrijf verder te ontwikkelen en te specialiseren en resulteert uiteindelijk in een stabiel inkomen voor deze ondernemers. Hoewel steeds meer wereldwijde (fastfood) ketens zich vestigen, is het niet populair onder de Surinamers. De Surinaamse dollar kent een hoge inflatie wat resulteert in duur geïmporteerd voedsel. Men kan het zich niet veroorloven om wekelijks geïmporteerd voedsel te kopen. Surinamers vinden vers voedsel belangrijk en houden van hun rijke cultuur met kruiden, muziek en gezelligheid. Dit is iets wat de Moengo Markt organiseert.

1. Inleiding

Het dorp Moengo is gelegen in het oosten van Suriname. Jaarrond is het rond de 28 °C (Greenport Marowijne, 2015), en deze regio kent een kleine en een grote regentijd. Suriname is opgedeeld in tien verschillende districten, waarvan Moengo in het district Marowijne ligt. Marowijne is opgedeeld in zes ressorten, waarvan Moengo en Albina de grootste zijn. Elk district kent haar eigen bestuur, dat zelf districtsfondsen beheert, zelfstandig mag plannen en haar eigen politieke bestuur mag opereren (Suriname.nu, 2018). De eindverantwoordelijke is de districtscommissaris, die gevestigd is zowel in Moengo als Albina. Het politieke beleid is inefficiënt (Barclay, 2015, p. Hfd. 10); het ambtenaren apparaat is overmatig groot, bedrijvigheid wordt nauwelijks gestimuleerd en bureaucratie zorgt voor extreem lange reactietijden van de lokale overheden (Greenport Marowijne, 2015). De populariteit van het districtsbestuur is laag onder de bevolking, die graag een pro-actievere overheid ziet (Pinas J. , 2018).

Suriname staat bekend om zijn multiculturele samenleving. Creolen, Marrons, Javanen, Indianen, Inheemse en Hindoestanen behoren allemaal thuis in Suriname, en zo ook in Moengo. Voorheen bestond Moengo voornamelijk uit Javanen en Marrons, die in vrede samenleefden. Toen er begin vorige eeuw bauxiet werd gewonnen, trokken veel Marrons en Boscreolen vanuit kleine nederzettingen naar Moengo, onder andere voor werk. Hierdoor groeide Moengo en veranderde de etnische samenstelling. De nationale taal is Nederlands, maar mensen in Marowijne zijn meer bekend met de lokale taal Sranang Tongo. Het district heeft circa 20.000 inwoners waarvan ruim 10.000 er in Moengo wonen en kende voorheen niet altijd een populatie van de huidige omvang. Een stop op de bauxietwinning en een burgeroorlog eiste zijn tol op het district, wat tot op de dag van vandaag nog te merken is, in termen van werkloosheid en armoede (Leising, 2013).

In 1916 werd er voor het eerst bauxiet geëxploiteerd door de Surinaamse Bauxiet Maatschappij. Dit werd later omgedoopt in *Suriname Aluminium Company* (Suralco). Het winnen van bauxiet werd op zeer grote schaal uitgevoerd in Moengo, met als resultaat dat het dorp groeide. Het bauxiet uit Moengo was van zo'n wereldbelang dat het Amerikaanse leger de mijnen in de tweede wereldoorlog beschermde. De Amerikanen gebruikte het hoogwaardige bauxiet uit Moengo voor de productie van gevechtsvliegtuigen. Het winnen van bauxiet was zo massaal dat Suralco wegen aanlegde, bruggen bouwde, maar ook huizen neerzette voor de bevolking. De mensen hadden een goed leven met een stabiel inkomen. In de jaren '80 heersten er een oorlog tussen het regime van president Bouterse tegen het Junglecommando van Dhr. Ronnie Brunswijk die zich vooral in de dorpen rondom Moengo schuilhielden. De gevechten zorgde voor een grote verplaatsing van burgers. Het was te gevaarlijk om in Moengo te blijven wonen, maar ook om bauxiet te blijven winnen. De oorlog eindigde in 1991 en heeft uiteindelijk vijf jaar geduurd. Direct na de oorlog, werd er nog maar enkele jaren bauxiet gewonnen; de mijnen waren uitgeput en de kwaliteit van het bauxiet was van dermate lage kwaliteit, dat het de moeite niet waard was om door te gaan met graven. Suralco trok zich terug uit de regio, en met hen gingen duizenden banen van de Moengonezen. Als gevolg van het vertrek, werden mensen werkloos en konden de

basisbehoefte niet meer voldoen. Alle investeringen van Suralco werden gestaakt en het dorp met de infrastructuur verpauperde.

Mensen zijn gedwongen om andere werkzaamheden te gaan uitvoeren. De overheid probeert het werkloosheidscijfer omlaag te brengen door mensen ambtenaar te maken. Dit is een inefficiënt beleid. De mensen ondergaan langzamerhand een omschakeling van de mijnbouw naar de landbouw. Het is gebruikelijk in Suriname dat mensen een kostgrondje hebben. Dit is een klein perceel grond dat ongeveer een halve, of een kwart van een hectare is. Op deze grond wordt op zeer kleine schaal groenten als tomaat, komkommer, kousenband, pepers en amsoi extensief geteeld. Grotere boeren hebben ook fruitbomen voor mango's, bananen en Podosiri. Het areaal cultuurgrond, in gebruik voor agrarische productie blijkt slechts 290 hectare te zijn, met een gemiddelde oogst van 10 ton per jaar / per hectare (van den Broek, van Cappellen, Lakeman, Sluijsmans, & Wiersum, 2008, p. 31) Hieruit blijkt dat de schaal te klein is of het proces te inefficiënt is om hier de maatschappij volledig te voorzien van een vast inkomen. Bij de ontwikkeling van de landbouw speelt *Surinaams Ontwikkelingen van de Innovatieve Landbouw* (SOIL) een grote rol. SOIL heeft al meerdere projecten met succes afgerond, zo is de Moengo festival een groot succes en staan er al meerdere tropische kassen rondom Moengo. De stichting zet zich voortdurend in om de landbouw te ontwikkelen en om mensen bij te scholen over de productie van groenten en fruit. Wanneer de productie is gelukt, zullen de producten ook afgezet moeten worden. Hierbij speelt de Moengo Markt een grote rol.

De Moengo Markt is een platform waarbij consumenten en producenten samenkomen op één locatie, op één tijdstip. Vroeger werd de markt in Moengo gehouden langs de waterkant op zogeheten 'fortnights' of betaaldagen. Hierbij kwamen mensen vanuit heel Marowijne om groenten, fruit en kleding te kopen. Vandaag de dag zijn er geen fortnights meer en wordt de Moengo Markt op vrijdag gehouden, langs de waterkant bij de Cotticarivier. Op vrijdag komen op deze locatie ook boten aan vanuit de afgelegen dorpen. Wanneer de Moengo Markt een succes wordt, zal dit automatisch zorgen voor betere economische situatie; mensen kunnen hun product voldoende kwijt, maar mensen zullen ook gemotiveerd worden om (exclusieve) landbouwproducten te gaan telen. Indirect zullen de ondernemers van Moengo hier ook profijt van hebben, immers hebben de ondernemers ook meer geld uit te geven wanneer ze veel producten kunnen afzetten.

Knowledge gap

Het concept van de Moengo Markt is bekend bij de bevolking. Men is familiair met de locatie en heeft een markt voor ogen zoals dat in het verleden was, met simpele marktkramen. Er is veel veranderd de afgelopen jaren; er zijn supermarkten gekomen, de technologie is doorontwikkeld en er is infrastructuur aangelegd. Mede door deze oorzaken is het onwenselijk om het de markt te organiseren vanuit dezelfde principes als vroeger. Door de huidige ontwikkeling is de waardeketen veranderd. Het is onduidelijk hoe de huidige waardeketen van de Moengo Markt er uitziet.

Hoofd- en deelvragen

Dit onderzoek moet weergegeven van welke waarde de Moengo Markt is voor Moengo en haar inwoners en ondernemers. Hieruit ontstaat de volgende hoofdvraag:

‘Hoe ziet de waardeketen eruit voor de Moengo Markt?’

Uit het antwoord op deze vraag, kunnen er veel dingen gehaald worden; is de markt relevant? Wie beïnvloed de markt het meest? Hoe kunnen we ons het beste aanpassen op de bevolking? Om de hoofdvraag te beantwoorden zijn er vier deelvragen geformuleerd die helpen om een inzicht te creëren:

1. Hoe groot is de vraag naar de Moengo Markt?
2. Welke personen en activiteiten vallen er binnen de waardeketen
3. Welke effecten hebben externe stakeholders op de waardeketen
4. Wat is het toekomstperspectief van de Moengo Markt?
5. Wat valt er binnen het waardeketenmodel van Porter?

Afbakening

Afbakening is nodig om het onderzoek naar de ketenwaarde gericht te houden op de hoofd- en deelvragen. Hierdoor blijven er een aantal zaken buiten beschouwing:

- Het onderzoek richt zich enkel op het dorp Moengo en het district Marowijne. Elk groot dorp heeft een eigen markt, waar andere invloeden als demografie en infrastructuur gelden. Tevens is Marowijne een uniek district met haar eigen karakteristieken. Daarom zal er geen vergelijking tussen andere districten, dorpen en markten worden gedaan.
- Het onderzoek kan in meerdere landen gepubliceerd worden, daarom worden de bedragen in Surinaamse Dollars en Euro's omgerekend. Hierbij worden de actuele valuta waarden gebruikt.

Doelstelling

De doelstelling van dit onderzoek wordt hieronder door middel van de SMART methode beschreven.

Specifiek – Het in kaart brengen van de waardeketen van de Moengo Markt, zodat de organisatie van de markt hierop in kan spelen.

Meetbaar – De waardeketen wordt gevormd door de economische en maatschappelijke vraag. Hierbij worden statistieken en meningen gebruikt van personen die actief zijn in de samenleving.

Acceptabel – Het onderzoek moet inzicht geven in de waardeketen van de Moengo Markt. Voor de organisatie van de Moengo Markt gaat het een aantal voordelen op leveren, want de organisatie kan beter inspelen op risico's en ontwikkelingen als er meer inzicht is.

Realistisch – Het doel is haalbaar, maar gegevens kunnen lastig zijn om te achterhalen aangezien de organisatie afhankelijk is van de meningen van de bevolking van Moengo. Deze meningen zijn wispelturig en lopen sterk uit één. Het is daarom belangrijk om een gemiddelde aan te houden.

Tijdgebonden – Eind september 2018 moet er een antwoord op de vraag zijn. Uiteindelijk heeft het drie maanden geduurd om de ketenwaarden te analyseren.

2. Methode

Dit hoofdstuk verdiept zich in de wijze en focus waarop er onderzoek is verricht. Er zijn meerdere manieren gebruikt waarop gegevens zijn vergaard; via de Moengo Markt, dat georganiseerd is in de periode van mijn aanwezigheid en via een theoretisch onderzoek.

2.1 Personen

De personen die gebruikt zijn, zijn etnische Surinamers die gevestigd zijn in het district Marowijne die een reikgebied hebben van Moengo. Specifiek zijn dit de mensen uit de dorpen: Abadoekondre, Wonoredjo, Peto Ondro, Rikanau Moffo, Oposeilangahoekoe, Tamarin, Pikien Santi, Moela, Moengo Tapoe, Alfondsdorp Pilgrimkondre en Wanhatti. De ondervraagde personen hebben variërende achtergronden. Zo zijn de meningen, visies en ideeën van ambtenaren, boeren, verkopers, ondernemers en scholieren gebruikt. Het was belangrijk dat er variatie (leeftijd, achtergrond, educatie, religie) in de groep zat. Iedereen had eigen belangen waarop een mening gebaseerd was. Een gemiddelde van de visies van ongeveer 100 mensen is afgenomen en verwerkt. Deze resultaten zijn voornamelijk gebruikt voor de organisatie van de Moengo Markt, met betrekking op bijvoorbeeld de markttijden.

2.2 Organisatie Moengo Markt

Om inzicht te krijgen in de waardeketen werd de Moengo Markt vier maal georganiseerd. Gedurende de voorafgaande werkzaamheden kwamen er voor onvoorziene problemen naar boven zoals; beveiliging, stroomaansluitingen, vergunningen en de passieve houding van de Barronschool. Naast de problemen, waren er ook positieve wendingen, bijvoorbeeld mensen die meedeelden hoe problemen kunnen worden opgelost, welke faciliteiten de Moengo Markt moet hebben en hoe blij sommige mensen waren. Veel bevindingen zijn gebaseerd op de praktijkervaring van de Moengo Markt.

2.3 Literatuuronderzoek

Om financiële, historische en maatschappelijke data te achterhalen, werd er gebruik gemaakt van verschillende bronnen; Greenport Marowijne, Het *Algemeen Bureau voor de Statistiek* (ABS), de stichting SOIL, de *Wageningen University & Research* (WUR) en het district commissariaat. Een risico is dat de informatie op het ABS niet actueel is. Hierdoor heeft het district commissariaat aanvullende informatie moeten verlenen. In maart 2018 is er één editie van de Moengo Markt geweest, deze informatie is evenals krantenartikelen bruikbaar als bron.

Greenport Marowijne & Stichting SOIL

Greenport Marowijne is een stichting die vanuit de TU Delft georganiseerd wordt door de Delft Centre for Entrepreneurship. Het doel van het concept is om in tien jaar tijd, er geen import van voedsel in Marowijne meer is, alleen nog export. Dit wordt gedaan door lesprogramma's aan te bieden op het gebied van landbouw. Daarnaast hebben de stichting SOIL en Greenport Marowijne samen een ander concept uitgebracht; *Uit Eigen Kas*.

Greenport Marowijne werkt voor de stichting SOIL en daarom zijn er veel overlappingen tussen beide stichtingen. Beide stichtingen zijn afhankelijk van studenten, die stages gaan uitvoeren in Marowijne. De studenten doen onderzoek en voeren taken uit. Dit houdt in dat er veel naslag werk is, dat als bron gebruikt kan worden.

Methodematrix

De methodematrix werd gebruikt om efficiënt een overzicht te krijgen over welke methode er bij elke deelvraag gebruikt was. Zie tabel 1 voor de methodematrix.

Tabel 1 Methodematrix

	Kwalitatief onderzoek	Kwantitatief onderzoek	Personen	Internet research	District Commissariaat	Markt statistieken	Persoonlijke ervaringen	Krantartikelen	Eerdere markten
Deelvraag 1	X(1)	x	x	x	x	x	x	x	x
Deelvraag 2	X(1)	x	x	x			x		
Deelvraag 3	x		x	x			x		
Deelvraag 4	x		x	x	x		x	x	x
Deelvraag 5	x		x	X	x	x	x	x	x

(1) – Voornamelijk kwalitatieve onderzoeken, waarbij slechts één aspect kwantitatief is.

3. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de deelvragen beantwoord, die uiteindelijk tot het antwoord op de hoofdvraag moeten leiden. Allereerst worden de resultaten van georganiseerde Moengo Markten van 2018 weergegeven. Daarna worden de resultaten per deelvraag weergegeven. Zie Bijlage I: Marktstatistieken voor de marktstatistieken van de Moengo Markt.

3.1 Moengo Markt 2018

Gedurende 2018 is er veel tijd besteed aan de organisatie van de Moengo Markt. Er waren drie fases omtrent het organiseren van de Moengo Markt. De voorafgaande werkzaamheden in Nederland zijn de werkzaamheden die werden uitgevoerd voordat de organisatie arriveerde in Moengo. Primaire functies die onder deze categorie vallen zijn promotiewerkzaamheden en fondsenwerving. Sjors Zuurhout arriveerde begin juni in Moengo en een maand later arriveerde Ryanna de Boer. De werkzaamheden bedroegen het intensiveren van de marketingcampagne, het werven van fondsen, het regelen van onder andere de vergunningen en faciliteiten. Tenslotte was er de marktperiode, waarin de markt werd georganiseerd. Dit was de periode van begin Augustus tot eind Augustus. De werkzaamheden was de fysieke organisatie van de Moengo Markt.

3.1.1 Voorafgaande werkzaamheden in Nederland

Om alle kosten te kunnen dekken, was het noodzakelijk om fondsen te werven. Vanaf begin mei is er via het crowdfundingplatform Gofundme een campagne gelanceerd. De campagne omschreef kort en bondig wat de Moengo Markt inhield en wat het nut ervan was. Uiteindelijk heeft de campagne €120 (1.044 SRD) opgehaald, waarvan €40 (348 SRD) intern gedoneerd werd. De marketing van de markt was gedurende de periode van begin april tot en met begin juni alleen bestaande uit Facebook. Op Facebook werden voorbeelden van markten over de hele wereld vertoond, maar er werden ook updates over de organisatie van de Moengo Markt gepost. Het doel was om de bevolking te informeren over de Moengo Markt. In deze periode steeg het aantal 'vind-ik-leuks' van de Facebookpagina van de Moengo Markt van 97 likes naar 155 likes.

Bevindingen

De marketing ging goed. Het is lastig om de marketing vanuit een ander continent te regelen. Desalniettemin behaalde de Facebookpagina 155 likes en werd de bevolking op de hoogte gehouden van ontwikkelingen. Het werven van fondsen viel tegen. Slechts €80 (797 SRD) werd extern opgehaald. Dit had als gevolg dat er meer afhankelijkheid was van sponsors in Suriname.

3.1.2 Voorafgaande werkzaamheden in Suriname

De voorafgaande werkzaamheden verliepen moeizaam. Allereerst moest er een vergunning worden geregeld om het marktterrein met al haar faciliteiten te mogen gebruiken. De huur bedroeg in totaal, voor vier marktdagen ongeveer 4.000 SRD (€460). Doordat het contact moeizaam verliep en mensen vaak afwezig waren, duurde het twee maanden voordat de vergunning geregeld was. Uiteindelijk was er 1.200 SRD (€138) voor de vergunning voor vier marktdagen betaald. Naast fondsenwerving via Gofundme, moest er ook een lokale sponsor komen, hiervoor was de Godobank in Albina benaderd. De Godobank is een lokale bank die

veel boeren als klant hebben. Dit houdt in dat zij ook een belang hebben bij de Moengo Markt. Het sponsorverzoek belande bij het hoofdkantoor in Paramaribo en kwam in een lang bureaucratisch traject terecht. Na veel malen contact te hebben gehad, is er nooit meer wat van vernomen. Dit hield in dat de kosten moesten worden verhaald bij de standhouders doormiddel van standgeld. Naarmate de markt dichterbij kwam werd de intensiteit van Facebook-posts en radioberichten verhoogd. Tevens werd er een Instagramaccount aangemaakt. Vanaf twee weken voor de eerste marktdag werd er dagelijks een bericht op Facebook geplaatst en is er €25 (217 SRD) gebruikt voor Facebookpromotie. In deze periode steeg het aantal 'vind-ik-leuks' van 155 likes naar 542 likes.

Bevindingen

Het regelen en maken van afspraken verliep moeizaam. In vele gevallen bleken mensen (waaronder stakeholders) afwezig en waren niet altijd even behulpzaam. Er heerste ook een cultuurverschil en taalbarrière. Hierdoor was er meer afhankelijkheid van de ondersteunde mensen van SOIL in Suriname, Dhr. K. Cairo en Mevr. T. Pinas. Wat opviel was dat een gedeelte van de bevolking sceptisch was over de Moengo Markt. Met name de negativiteit over de locatie.

3.1.3 Organisatie marktperiode

Er werden op de vrijdagen van 3, 10, 17 en 24 Augustus markten georganiseerd. De eerste problemen kwamen voor de eerste marktdag, want er was geen toegang gegeven tot het gebruik van het marktgebouw en tevens was het onbekend bij het district commissariaat wie de marktmeester is. Gedurende deze maand zijn er dagelijks berichten, foto's en video's op Facebook geplaatst, waardoor het totaal aantal 'vind-ik-leuks' steeg naar 748 op 28 Augustus.

3 Augustus

De eerste marktdag werd in de buitenlucht gehouden van 10:00 tot 15:00 uur. Het was een vereiste dat een standhouder een parasol of tent meenam tegen onverwachte weersomstandigheden. Volgens de planning zouden er 16 standhouders deelnemen, maar slechts acht namen deel aan de markt. Hoewel dit aanzienlijk minder stands waren dan in eerste instantie op geanticipeerd was, was er wel een breed aanbod van producten. Het geschatte aantal bezoekers is rond de 70. Op deze dag vond de diploma uitreiking van de Muloschool plaats en na de uitreiking organiseerde de studenten een ander evenement, waarbij de doorgaande weg versperd was. Dit kwam niet ten goede bij het aantal bezoekers van de Moengo Markt.

10 Augustus

Bij de tweede marktdag werd er toegang verleend om het marktgebouw te gebruiken, waardoor er de standhouders binnen konden gaan staan en de organisatie geen dure tenten meer hoefde te huren. De marktdag werd wederom georganiseerd van 10:00 tot 15:00. Achteraf bleek dit volgens de bevolking te laat. Van de tien standhouders die zich hadden aangemeld, kwamen er vier. Het resultaat was dat het assortiment kleiner werd. Het aantal bezoekers bedroeg 30. Dit waren tegenvallende resultaten en had mogelijk te maken met een zelfmoord van een bekende Moengonees dat vroeg op de dag had plaatsgevonden. Naast de reguliere standhouders, is er ook moeite gedaan om foodstands te regelen. Deze foodstands hadden geen interesse.

17 Augustus

Tips van een aantal personen, hebben ertoe geleid dat de marktijden veranderde naar 9:00 tot en met 18:00. Het idee erachter was om meer jongeren aan te trekken. Voor de derde marktdag hadden 18 boeren zich aangemeld, maar slechts vijf waren aanwezig. Onder de aanwezige standhouders, waren geen foodstands. Hoewel de markt tot 18:00 zou duren, gingen de vijf standhouders om 14:00 uur weg. Uiteindelijk zijn er 40 bezoekers gekomen, dit terwijl op deze dag de Moengo Festival werd geopend. Als tip gaven de standhouders dat de markt vroeger moest beginnen. Dit werd in acht genomen bij de volgende markt.

24 Augustus

Op 24 Augustus werd de laatste marktdag georganiseerd. De tijden waren wederom veranderd naar 7:30 tot 13:00. Dit is gunstig, want de temperatuur is nog laag vroeg in de ochtend en in de middag, als het warm is, is er weinig animo. Er waren acht standhouders verwacht en er namen er vijf deel aan de Moengo Markt. Gedurende de dag kwamen er 40 bezoekers. Een tegenslag is, dat er op deze marktdag geen DJ aanwezig was, dit hoewel die afspraak er wel was. DJ kwam zonder af te melden niet opdagen.

Bevindingen

Er was al jaren geen Moengo Markt meer georganiseerd en de manier waarop men de Moengo Markt in het verleden organiseerde was niet toepasbaar hedendaags. Zowel voor de bevolking als voor de organisatie was dit een nieuw project en daardoor werden er op veel problemen gestuit, die op het laatste moment verholpen moesten worden. Wat opviel was de houding van de bevolking. In eerste instantie zegt men dat een dergelijke markt niet mogelijk is, maar wanneer het uitgevoerd werd begon men wel enthousiast te worden. Het organiseren van de Moengo Markt is geen gemakkelijke taak; het vergt veel moeite en doorzettingsvermogen. Dit bleek in het geval van het regelen van de vergunning, maar ook in het zoeken van sponsors.

3.2 Hoe groot is de vraag naar de Moengo Markt?

Deze paragraaf betreft een onderzoek van de vraag naar de Moengo Markt, en is op te delen in twee gedeeltes; de maatschappelijke vraag en de economische vraag. De maatschappelijke vraag richt zich op de bevolking en in welke mate de Moengo Markt goed is voor de bevolking. De tweede vraag richt zich op de economische vraag van de Moengo Markt. Om te achterhalen vanwaar de vraag naar de Moengo Markt ontstaat, wordt de demografie van Moengo beschreven.

3.2.1 Demografie Moengo

Om de vraag te onderzoeken, zal er eerst een duidelijk beeld van Moengo moeten ontstaan, want vanuit Moengo komt de vraag naar een dergelijke markt. Het dorp is gelegen in het district Marowijne in het oosten van Suriname, 35 kilometer van de Frans-Guyaanse grens en 85 kilometer van de hoofdstad Paramaribo. Moengo kent een tropisch klimaat, met een kleine en grote regentijd. De grote regentijd is van eind mei tot halverwege augustus, de kleine regentijd is vanaf begin december tot eind januari (Klimaatinfo, 2018). Overdag is de temperatuur tussen de 30 °C en 34 °C, jaarrond. Er valt tussen de 2.500 en 3.000 millimeter regen per jaar (Nederland kent een regenval van 800 millimeter per jaar). Moengo is een dorp met ruim 10.000 inwoners. De opmaak van de bevolking is 72% Marron, 9% Creools en 7%

Javaans. In Suriname zijn er vijf verschillende Marron groepen. In Moengo behoren de Aukaners tot de grootste groep, waarbij polygamie is toegestaan en het is gebruikelijk dat mannen twee tot vier vrouwen hebben, hoewel slechts 1/3 van de mensen daadwerkelijk polygamisch zijn (Williams, 2013). Het is normaal voor deze groepen om 20 kinderen bij meerdere vrouwen te hebben. De traditie naleven onder jongeren, is minder populair geworden. Met de komst van het Christendom, westerse goederen en het internet verdwijnt de lokale traditie langzaam. Ook bij niet gelovigen komt het nog steeds veelvuldig voor dat mannen vroeg vader worden om vervolgens alsnog 10 kinderen te hebben. Dit blijkt dan ook uit de leeftijdsopbouw in tabel 2 (UNstats, 2013, p. 63). De leeftijdsopbouw van de bevolking uit Moengo wordt vergeleken met de leeftijdsopbouw van Nickerie, waar over het algemeen monogame Hindoestanen wonen.

Uit tabel 2 kan worden opgemaakt dat respectievelijk veel jongeren woonachtig zijn in Moengo. Het district erkent dat de jeugd de toekomst is van morgen en de lokale bevolking doet haar best om genoeg activiteiten te organiseren voor de jeugd (Amatdaklan, 2018). Zo worden talentshows en feesten georganiseerd, tevens zijn er genoeg voetbalvelden om verveling te bestrijden. Er zijn ook tekortkomingen waar de overheid een taak in heeft, zoals de lage financiële draagkracht van de ouders, tienerzwangerschappen, drop-outs, criminaliteit en meer onderwijsmogelijkheden (District Marowijne, 2008 , p. 53).

Tabel 2 Leeftijdsopbouw Moengo vs. Nickerie

Leeftijdsgroep in Jaren	Moengo		Nickerie		Leeftijdsgroep in Jaren	Moengo		Nickerie	
0-4	1447	13%	936	7%	55-59	340	3%	653	5%
5-9	1306	12%	904	7%	60-64	290	3%	503	4%
10-14	1478	14%	1130	9%	65-69	210	2%	339	3%
15-19	1166	11%	1170	9%	70-74	170	2%	215	2%
20-24	710	7%	900	7%	75-79	135	1%	186	2%
25-29	726	7%	953	7%	80-84	56	<1%	100	1%
30-34	651	6%	876	7%	85+	30	<1%	57	<1%
35-39	661	6%	921	7%	Onbekend	40	<1%	26	<1%
40-44	570	5%	1030	9%	Totaal	10.834		12.818	
45-49	460	4%	1056	9%					
50-54	388	4%	863	7%					

Sinds Suralco is vertrokken, heerst er grote werkloosheid onder de bevolking (Darson & Kroesen, 2017). Exacte data is niet bekend (District Marowijne, 2008 , p. 53). Er is een 'hossel cultuur' ontstaan waarbij mensen illegale en ongecontroleerde praktijken gaan uitvoeren. Een significante factor is dat er te weinig bedrijvigheid en werkgelegenheid is. Een andere belangrijke factor van werkloosheid is dat de scholing in de regio van laag niveau is. Scholing is fundamenteel voor de ontwikkeling van Moengo. Moengo kent veel scholen, genoeg om alle kinderen van basis- en voortgezet onderwijs te voldoen. Een mogelijkheid om een vervolg opleiding te gaan volgen is er niet in het district Marowijne. De jong volwassene die willen doorstuderen gaan naar Paramaribo en diegene die blijven, blijven laaggeschoold achter. Tabel 2 laat dit gegeven ook zien; de leeftijdsgroep van 20-24 jaar is significant lager dan de

15-19 jarige leeftijdsgroep. Na hun studie komt slechts een minimaal deel van deze studenten terug naar Moengo. Het resultaat van het lage opleidingsniveau van de Moengonezen is dat, deze mensen vele malen slechter Nederlands spreken, dan in Paramaribo. Dit terwijl de voertaal op alle scholen Nederlands is. Het 'minimaal' functionerende lokale onderwijsstelsel is te wijten aan (District Marowijne, 2008 , p. 53):

- Niet genoeg gekwalificeerde leerkrachten
- Onvoldoende spreiding van scholen
- Ouderbijdrage is hoog
- Ongemotiveerde leerlingen, begeleiding van huis uit is inadequaar
- Onderwijsinspectie is niet optimaal
- Studenten maken gebruik van verouderd lesmateriaal en leermethoden

Zoals al eerder benoemd, is de cultuur een belangrijke pilaar in de maatschappij en Moengo staat hier bekend om. Moengo staat bekend om haar kunst. Door heel Moengo staan kunstwerken van verschillende grootte en afmetingen. Dit is te danken aan Dhr. Marcel Pinas die woonachtig is in Moengo. Ook wordt jaarlijks het Moengo Festival georganiseerd. Dit is het grootste festival van Suriname waarbij feesten en cultuur centraal staan (Waterkant, 2018).

3.2.2 Maatschappelijke vraag

Deze paragraaf gaat in op de vraag naar de Moengo Markt vanuit maatschappelijk oogpunt. Hierbij worden voedselvoorziening, beleving, overheidsbeleid en toerisme in acht genomen.

Voedselvoorziening

Voordat de centrale weg tussen Moengo en Paramaribo werd aangelegd (1964), was Paramaribo enkel met de boot bereikbaar. Hierdoor waren er geen luxe westerse goederen en was men vooral op zichzelf gericht als het ging om voedselvoorziening. Vrijwel elk huis had een kostgrondje. Een kostgrondje bestond uit enkele vierkante meters tot hele hectares, waar mensen in eerste instantie zelf groenten en fruit op gingen telen. Dit deed men met simpel gereedschap en methodes. De grotere boeren konden het zich veroorloven om agrarische producten te gaan verkopen. Op deze manier werd de lokale voedselvoorziening geheel 'uit eigen tuin' geproduceerd. De groenten werden verkocht bij het marktgebouw langs de waterkant, waar veel nijverheid was en waar Suralco zich vestigde, met als resultaat dat de arbeiders in hun pauze naar de markt konden gaan om zichzelf te voorzien van voedsel.

Hedendaags is de situatie omtrent de voedselvoorziening veranderd. In Moengo zijn 22 supermarkten gevestigd, die allemaal in handen zijn van Chinese migranten. Doordat er zoveel supermarkten zijn, is een supermarkt altijd dichtbij. Het assortiment dat deze supermarkten bieden is vrijwel identiek aan de andere supermarkt en bestaat uit voedsel dat of in blik, pot of zak zit; kortom het is niet vers en zeer beperkt. Er zijn twee groentewinkels in Moengo. Op deze twee locaties worden wel verse groenten verkocht. Echter is het aanbod gering en is de kwaliteit matig, doordat het te lang in voorraad heeft gelegen.

De lokale overheid heeft vergunningen verleend aan individuele standhouders, die langs de hoofdweg in Moengo mogen staan. Het aantal stands varieert dagelijks van drie tot zes stands. Hier verkopen ze wel verse groenten en fruit als kousenband, bananen, aubergines en

tayer. Het assortiment kent geen onderscheid van de andere standhouders die langs de hoofdweg staan.

Het grootste voordeel van landbouw is dat het niet uitgeput kan raken, zoals mijnbouw dat wel kan doen. Dit maakt landbouw duurzaam en om dit te stimuleren zal de bevolking moeten overschakelen van de mijnbouw naar de landbouw. De omschakeling begint bij de jongeren. Op de Barronschool (lager beroepsonderwijs, vergelijkbaar met MBO niveau 2) wordt aankomend jaar de opleiding Agrarische Productie geïntroduceerd, om zo jongeren te stimuleren om in de agrarische sector te gaan ondernemen. Het grootste knelpunt hiervan is dat de agrarische sector niet populair is onder de jongeren.

Beleving

Het is traditie dat Surinamers naar markten gaan, zoals men dat vroeger deed. Surinamers hechten veel waarden aan verse groenten uit eigen tuin. Ook het marktgevoel en het aanbod van producten trekt hen aan. De beleving is een belangrijk aspect van een markt en bijvoorbeeld een DJ met gezellige Surinaamse muziek, kan het verschil tussen een slechte en succesvolle marktdag maken (Pinas, 2018). Een markt heeft niet alleen een rol in het vervullen van voedselvoorziening, maar er is ook een sociaal aspect aan verbonden; mensen komen bij elkaar om te socialiseren. Om de mensen de gelegenheid te geven om te kunnen socialiseren zijn er faciliteiten nodig; een toilet, bankjes, en stroomgelegenheid voor muziek, lichten en foodstands. Al deze faciliteiten zijn aanwezig bij het marktgebouw. Een goede marktbeleving heeft daarnaast ook een positief effect op het ecotoerisme, wat steeds populairder wordt in Suriname (Unitednews, 2018).

3.2.3 Economische vraag

Deze paragraaf gaat dieper in op het economisch belang van de Moengo Markt en hoe de bevolking en overheid financieel profiteert van de Moengo Markt. Op 18 Januari 2018 werd de Agri- en Foodbeurs georganiseerd door SOIL. De doelgroep van deze beurs waren onder andere consumenten en grote afnemers in Marowijne. Uit deze beurs is gebleken dat er weldegelijk vraag was naar een marktplatform (Marowijne agri en foodbeurs, 2018). Ook uit het rapport van G. van Engen en Q. Meulenberg, Inkomenswerving Marowijne blijkt er een grote vraag naar een groenten/fruit markt met een vleessectie te zijn (van Engen & Meulenberg, 2014)

Lokale overheid

Het district commissariaat is beheerder van het marktgebouw. Zij moet ervoor zorgen dat er elektriciteit en water beschikbaar is, het terrein is onderhouden en dat het marktgebouw in goede staat verkeert. In 2013 heeft het commissariaat het marktgebouw laten renoveren, om het vervolgens weer actief in gebruik te nemen. Dit is niet gelukt door een falend overheid beleid. Momenteel wordt het marktgebouw slechts gering gebruikt, hoewel het marktterrein wel onderhouden moet worden. Het kost veel geld en levert geen standgelden op. De Moengo Markt kan pas weer succesvol worden als men het overheidsbeleid aanpast. Het is van kritiek belang dat alle individuele standhouders alleen op het marktterrein hun producten mogen afzetten. Op deze manier kan de overheid standgelden gaan vragen en worden de inwoners gedwongen om het marktgebouw te gaan gebruiken.

Standhouders

Momenteel staan er stands op verschillende locaties in Moengo. Men kent geen samenwerking. Het voordeel van het marktgebouw in Moengo is dat alle stands in één ruimte staan. Als een bezoeker een specifiek product nodig heeft of slechts de markt bezoekt, zal deze bezoeker gedwongen worden om langs de andere stands te lopen en eventueel een aankoop daar te doen. Een systeem waarbij alle stands op één locatie staan, creëert synergie. Dit heeft direct (positieve) gevolgen voor de financiële resultaten van alle stands.

Het platform is op den duur opgezet, om grote voedselproducenten en handelaren aan te trekken. De markt verandert dan van consumenten- naar handelsmarkt. Opkopers zijn gericht in het verhandelen van grote partijen in plaats van enkele producten. De meest efficiënte manier om in grote oplages te verhandelen is door middel van vaste contracten. Een vaste consumentenmarkt levert de standhouder meer vraag naar producten op, maar een handelsmarkt gaat daarin verder. Het levert de standhouder meer vraag naar grote oplages, meer stabiliteit en een verhoogde continuïteit op.

Toerisme

Suriname is in trek bij de toeristen, vanwege onder andere de natuur en cultuur. Tussen 2006 en 2012 steeg het aantal toeristen met 55% (van Maele, 2013). Ook Moengo probeert zichzelf op de toeristische kaart te zetten. In Moengo zijn veel bezienswaardigheden die als toeristische trekpleister gebruikt kunnen worden. Zo zijn er de mijnen, de oude gouverneurswoning Casa Blanca en is er de ongerepte natuur (IJseldijk, 2012). Marcel Pinas is een wereldberoemde kunstenaar die gevestigd is in Moengo. Moengo kent hierdoor veel kunstwerken. De oude Marroncultuur is met al haar tradities zeer actueel en de bevolking is hier trots op en willen buitenstaanders graag leren over hun cultuur. Het toerisme kan worden verweven in het platform Moengo Markt. De Moengo Markt is een markt waarbij lokale producten worden verkocht, als tayer en watermeloen. Deze producten worden op de eigen kostgronden geproduceerd. De Moengo Markt is een bron van de Surinaamse cultuur, iets waar toeristen van houden. Vanwege de ligging van het marktgebouw langs de Cotticarivier, kan men hier vandaan dagtrips organiseren. De hele gemeenschap zal profiteren. Wie komt kijken, zal de mijnen of dorpen willen bezoeken, moet eten en moet slapen. De toeristen zullen geld gaan uitgeven, dit werkt als een economische stimulans.

3.2.4 Conclusie

Binnen deze deelvraag vallen twee sub-vragen; is er een maatschappelijke vraag naar de Moengo Markt? En is er een economische vraag naar de Moengo Markt? De maatschappelijke vraag ontstaat uit de vraag naar voedselvoorziening en de vraag naar de beleving van een markt. Beide zijn er. De vraag naar voedselvoorziening is er, want verse producten zoals groenten, fruit, vis en vlees zijn vrijwel niet verkrijgbaar. De vraag naar de marktbeleving is er ook, immers zijn markten geïntegreerd in de Surinaamse cultuur en houden Surinamers van gezelligheid, muziek en een warme maaltijd.

Moengo heeft ook een economisch belang bij de Moengo Markt. De markt moet een stimulans zijn, om werkgelegenheid en bedrijvigheid te creëren in de agrarische sector in plaats van de mijnbouw. Bovendien kan de overheid het marktgebouw verhuren, krijgt de toeristische sector een *boost* en bevordert het de afzet van het agrarisch bedrijf.

3.3 Welke personen en activiteiten vallen er binnen de waardeketen?

In deze deelvraag worden de betrokken personen en activiteiten geanalyseerd die binnen de waardeketen van de Moengo Markt vallen. Een waardeketen is een serie activiteiten die bij elke stap een waarde aan het product toevoegen. Het aantrekken van bezoekers en standhouders is geregistreerd in Bijlage I: Marktstatistieken. De drie hoofdactiviteiten zijn:

1. Het regelen van standhouders
2. Het organiseren van de markt
3. Het aantrekken van bezoekers/handelaren

3.3.1 Standhouders

De standhouders zijn verantwoordelijk voor het aanbod van producten op de Moengo Markt. De producten moeten een divers aanbod hebben, zodat er minder concurrentie is tussen stands, maar ook, omdat het verdienmodel per stand dan beter is. Momenteel worden op 80% van de stands in Moengo dezelfde producten aangeboden, met als resultaat dat het verdienmodel niet gunstig is voor de standhouders. Immers worden de standhouders gedwongen om dermate laag te zakken in prijs.

Productaanbod van standhouders

Diversiteit van het aanbod van producten is belangrijk (Pinas J. , 2018). De agrarische ondernemers hebben veel verschillende producten aan te bieden. De meeste van deze producten zijn kousenband, cassave, tomaten, tayer en pepers. Dit komt op kleine schaal op ieder kostgrondje voor. Veel agrarische ondernemers kennen naast hun primaire gewassen ook secundaire gewassen. Dit zijn bijvoorbeeld ananassen en kokosnoot. Naast de landbouw is ook jagen en vissen populair. Het bos is rijk aan groot wild en de Cotticarivier bevat veel vis. Dit zijn populaire producten onder de bevolking, maar ook onder het toenemende aantal Brazilianen die gevestigd zijn in Moengo vanwege de gouddelving.

De verwerkte producten die op de Moengo Markt worden aangeboden, zijn producten die gemaakt zijn van andere agrarische producten. Deze producten kennen een hoge toevoegde waarde, omdat ze kennis of veel arbeid vereisen om gemaakt te kunnen worden. Tevens vallen sommige producten in een nichemarkt. Voorbeelden van verwerkte producten zijn krappa olie tegen muggenbulten, kruidenpepermix voor bij het bakken en verse sappen.

De laatste categorie producten zijn producten die wel bij het agrarische thema passen, maar niet perse van agrarische afkomst zijn. Dit kunnen traditionele pangistoffen, tuinplanten, kunststukken/souvenirs of keukengereedschap zijn. Dit segment van het productenaanbod is belangrijk, maar trekt weinig aandacht van handelaren. Dit omdat het dure en schaarse producten kunnen zijn. Deze producten leveren een bijdrage aan de diversificatie van het totale productenaanbod en leveren ook een bijdrage aan de beleving van een markt.

Productaanbod van foodstands

De drie grootste bevolkingsgroepen in Marowijne (Marrons, Javanen en Creolen) kennen verschillende gerechten in hun culturen. De populairste gerechten zijn verreweg Javaans. De Javaanse keuken bestaat uit bami, nasi, saouto en baka bana's. Het is essentieel dat tenminste één foodstand die gericht is op de Javaanse keuken, op de markt komt staan. Naast Javaans eten zou het ook goed zijn als er rijst met kip en Creools eten wordt aangeboden.

Creools eten zijn gekookte aardvruchten met bijvoorbeeld zoute vis. Een delicatessen in Suriname.

Aanbod van toeristische attracties

De gunstige positie van de Moengo Markt, kan leiden tot een groot aanbod van toeristische attracties. Het is mogelijk om een tour langs te mijnen te organiseren, om oude gebouwen te bekijken en om een tour over de rivier te organiseren.

Contact leggen

De agrarische ondernemers wonen afgelegen, tot soms tientallen kilometers in het bos. Traditioneel gezien praat de bevolking Sranang Tongo. Dit houdt in dat er een taalkloof kan ontstaan tussen Nederlandse organisatoren en lokale agrarisch ondernemers. De mensen die ver in het bos wonen behoren vaak onder de Creoolse, of Marron bevolkingsgroep. De voorouders van deze mensen hebben de slavernij meegemaakt en vertrouwen mensen (blanken in het bijzonder) niet snel. Wanneer eenmaal een persoonlijke band is gecreëerd, zijn het vriendelijke, meedenkende mensen. De gemiddelde leeftijd van de agrarisch ondernemers is hoog, dit betekent in sommige gevallen dat men minder technologisch vaardigheden beheerst. De taalkloof (incl. analfabetisme), de cultuur en de lage technologische vaardigheden van deze mensen resulteert dat er via een inefficiënte manier zoals bellen, contact moet worden gelegd met de potentiële standhouder. Daarnaast moet er elke week worden na gebeld, om te analyseren of de ondernemers hun gemaakte afspraken wel na gaan komen.

Hoewel inefficiënt, is bellen de meest effectieve manier om ondernemers uit te nodigen om een stand te huren op de Moengo Markt. Om telefoonnummers te achterhalen, zijn er drie mogelijkheden; het *Ministerie van Landbouw, Veeteelt en Visserij* (LVV) te contacteren, via familie te achterhalen of aan de ondernemers zelf te vragen of hun nog andere kennissen hebben die iets telen en willen verkopen.

3.3.2 Het organiseren van de markt

Nadat er ondernemers zijn ingeschreven, moeten deze ondernemers een plaats krijgen op de markt. Het marktterrein is bestaande uit een erf (met parkeerplaatsen), een aanmeerplaats voor korjalen, zitplaatsen naast het water en het marktgebouw met al haar faciliteiten (wc, water, elektriciteit).

Lokale overheid

De organisatie begint bij de lokale overheid. Het is verplicht om bij het district commissariaat een vergunning aan te vragen voor het gebruik van het gehele marktterrein. De hoogte van de vergunning wordt bepaald door het gebruik van de aanwezige faciliteiten. Vervolgens moet er een afspraak worden gemaakt met de Dhr. Freddy Daniël, de *District Commissaris* (DC). Dit is de hoogste ambtelijke functie in het district en is verantwoordelijk voor de vergunningaanvraag. Verder moeten er duidelijke afspraken worden gemaakt over het stroomverbruik en het schoonmaken. De prijs van een vergunning is discutabel. Immers is het zo dat er geen winst vanuit de markt gemaakt hoeft te worden, en ook wordt de markt georganiseerd uit maatschappelijk belang. De prijsafspraken worden gemaakt met Dhr. Rodnie

Pinas, *District Administrator* (DA) en is verantwoordelijk voor de financiën van het district Marowijne.

Disc Jockey

Surinamers hechten veel waarden aan muziek. Het regelen van een DJ heeft direct positieve resultaten op de bezoekers aantallen. Het nadeel van een DJ is dat het veel geluid genereert op plekken waar dit niet gewild is. De beste locatie voor de DJ is buiten het marktgebouw, met de speakers richting de Cotticarivier. Op deze manier staat de DJ *booth* vlakbij de elektriciteitsvoorziening, richting een locatie waar mensen genoeg plek hebben om te dansen en te eten. Om de belevenis van de muziek voor iedereen prettig te maken, is het belangrijk dat de DJ gematigde muziek draait, zonder aansporing van geweld, seksuele handelingen of politieke richtingen.

Plannen van de lay-out

Een goede lay-out heeft niet alleen een positief effect op de uitstraling van de markt, maar ook op bijvoorbeeld economische aspecten. Allereerst hebben de drie types (standhouders, foodstandhouders, toeristische attracties) wensen als het gaat om locatie. Voor reguliere standhouders is het belangrijk dat er genoeg ruimte is, om al het aanbod te kunnen uitspreiden over een tafel. Momenteel heeft elke standhouder ongeveer twee meter aan tafellengte en 90 centimeter aan tafelbreedte. Dit is voldoende ruimte. De standhouders die groeten en fruit aanbieden, krijgen een plaats op de afdeling waar hetzelfde productsoort verkocht wordt. Op deze manier ontstaat er overzicht. Het marktgebouw is uitgerust met een wasplaats, waar toegang is tot vers water. Hier is dan vanzelfsprekend de visafdeling. Buiten het marktgebouw is er genoeg ruimte om te socialiseren. Op deze locatie komen de foodstands te staan. De foodstands hebben elektriciteit nodig om hun aanbod aan eten te kunnen verwarmen. Op deze plek is hier toegang toe. Uiteindelijk zijn er de toeristische attracties. Dit zullen een paar stands zijn, die geen toegang tot elektriciteit nodig hebben. Deze komen langs de Cotticarivier te staan, aangezien de rivier veel potentie heeft voor het organiseren van dagtrips.

Vervoer

Het marktgebouw is op drie honderd meter afstand van het centrum van Moengo en is normaliter goed te betreden. Moengo is een langwerpig, lintachtig dorp, waardoor de verste wijken tot een kilometer van de markt afliggen. De afstand in combinatie met de temperatuur, zorgt ervoor dat men niet bereidwillig is om naar de markt te komen. Om dit probleem te *tackelen* is het een mogelijkheid om de bussen van het *Nationaal Vervoer Bedrijf* (NVB) langs de markt te laten rijden.

Internet

Lage inkomens en een verslechterde wisselkoers hebben mobiel internet onbetaalbaar gemaakt voor sommige mensen. De mensen zijn afhankelijk van Wi-Fi, maar dit heeft het marktgebouw niet tot beschikking. Moengo heeft een Telesur kantoor die hierbij kan helpen. Dhr. George Irodikromo werkt op deze vestiging en die kan een module installeren, die mobiele internet signalen omzet tot Wi-Fi signalen. Wanneer mensen internet hebben, kunnen ze video's maken en informatie over de markt delen. Dit bevordert de 'mond-tot-mondreclame'.

Stageplek

Met de organisatie van de Moengo Markt komen ook twee stageplekken vrij. De Barronschool start aankomend schooljaar de studie Agrarische productie, onder leiding van Mevr. Ceder. Dit is een goede mogelijkheid voor de leerlingen om te leren over de afzet van producten en ondernemerschap in de regio.

Technologie

Suriname is een land dat technologisch achter loopt op West-Europa, Azië en Noord-Amerika, maar gaat in de nabije toekomst meer in deze sector investeren (Stichting Planbureau Suriname, 2018, p. 105). In Moengo beschikt niet iedereen over een vaste en mobiele internet verbinding. De providers die dit verzorgen zijn te vaak te duur voor de bevolking. Suriname is onderontwikkeld als het gaat om het digitale betalingsverkeer. In Suriname heerst er een casheconomie, waarbij iedereen betaald met contant geld. Een mogelijk om via pinpas te betalen is er niet, of nauwelijks. Openbare informatievoorzieningen zoals een bibliotheek zijn er niet in Moengo, daarom is men afhankelijk van het internet.

Sponsors

Sponsors zijn essentieel voor een goede liquiditeit van de Moengo Markt. De organisatie hiervan vereist veel financiële middelen. Hoewel de Moengo Markt overheid taken voldoet, wordt er getracht om voor de vergunning te betalen. Daarnaast moeten ook faciliteiten als tenten, tafels, stoelen en een DJ worden geregeld. Al deze kosten moeten zonder een sponsor worden verhaald op de standhouders via standgeld, met als resultaat dat de standgelden te hoog worden en er minder standhouders aanwezig zullen zijn. Om een deel van deze kosten te dekken, zullen er sponsors moeten worden gezocht. Financiële instellingen, leveranciers en afnemers hebben belang bij een dergelijke markt als de Moengo Markt. Sponsoring levert deze bedrijven naamsbekendheid op, wat tot meer product verkopen leidt. De financiële instellingen helpen deze ondernemers graag. Immers is het zo, dat hoe succesvoller de ondernemer is, er meer geïnvesteerd wordt en er dus sneller een lening wordt aangevraagd.

3.3.3 Bezoekers en handelaren

Voor een markt zijn bezoekers en handelaren belangrijk. Zonder hen zijn er geen transacties en wordt er dus geen geld verdient. Een goede marketing campagne moet de bevolking doen informeren.

Handelaren

Hoewel de basis van de Moengo Markt een consumentenmarkt is, zijn de handelaren verantwoordelijk voor het opkopen van grote oplages. Een handelsmarkt geeft meer ontwikkeling en continuïteit aan de individuele ondernemers. De handelaren of opkopers zijn personen die grote oplages kopen en verhandelen aan grote verwerkende bedrijven in Suriname of Frans-Guyana zoals Fernandes en Coca-Cola.

Bezoekers

Er zijn veel bezoekers nodig, om evenveel producten te kunnen verkopen als één handelaar. Het is voor de bevolking een plezierige gelegenheid om de markt te bezoeken; men hoeft

geen entreegeld te betalen, er is een mogelijkheid om te socialiseren en er is vers eten beschikbaar. Om de bezoekers te bereiken is er een intensieve marketing campagne nodig.

- 59% (325.000) van de bevolking is actief op Facebook en 3.2% (18.000) is actief op Instagram (Statcounter, 2018). Facebook en Instagram zijn goede platformen om informatie te verspreiden, mede omdat er een mogelijkheid is om deze platformen te koppelen met elkaar. Er kunnen vlug, veel en vaak foto's en berichten gedeeld worden. Andere instanties als het *Burger Informatie Centrum* (BIC) hebben op social media meer connecties. Indien Dhr. Isidoor Pinas, werkzaam bij het BIC het bericht zou delen, krijgen deze volgers ook een melding.
- In Moengo is het *Barron Omroep Bedrijf* (BOB) gevestigd, wat in eigendom is van Dhr. Gerrit Barron. Vanuit hier wordt BOB radio door heel Marowijne gezonden. Dit is een goede manier om mensen te bereiken, want veel mensen in het binnenland luisteren naar deze radiozender. Het is belangrijk om de uitzendintensiteit van de reclametekst te verhogen naarmate de marktdag dichterbij komt (Barron, 2018).
- TV Binnenland is een televisiezender die zich richt op de binnenlandse bevolking. Het is mogelijk om een tv spot via deze zender uit te zenden om de mensen in het binnenland te bereiken. Ook hierbij geldt dat de uitzendintensiteit te verhogen naarmate de marktdag dichterbij komt.
- Flyeren is een manier om de burgers in het dorp te informeren. Het plakken van flyers op strategische locaties als supermarkten, instanties en achter autoruiten heeft dergelijk effect (Pinas J. , 2018).
- Soundtruck. In Moengo is het mogelijk een auto te huren met grote speakers op het dak. Deze auto rijdt tussen 16:00 en 18:00 uur door Moengo en zendt een bericht uit. Dit is een effectieve manier om een bericht over te brengen.

Naast de marketing, speelt ook de markttime een belangrijk rol bij een succesvolle marktdag. Uit bijlage I: Marktstatistieken blijkt dat de gunstige tijd voor een markt, in de ochtend is. De bevolking staat vroeg op, omdat dan de temperatuur nog gunstig is. De vrouwen doen eerst de huishoudelijke werkzaamheden en dan is er tijd om naar de markt te gaan. In de middag is het op het heetst van de dag en is het rustig op straat. Het is gebruikelijk dat men aan een middagrust doet.

3.3.4 Conclusie

Er zijn drie categorieën personen en activiteiten die in de waardeketen van de Moengo Markt vallen; het regelen van standhouders, het daadwerkelijk organiseren van de markt en het aantrekken van bezoekers en handelaren. Binnen de eerste categorie vallen de standhouders. Er zijn drie soorten standhouders, namelijk de stands die groenten, fruit, vlees, vis, stoffen en kunst verkopen, de stands die warme maaltijden en drinken verkopen en de stands die trips en uitjes verkopen. Het contacteren van de standhouders is keert wekelijks terug, want men is niet instaat om afspraken na te komen.

De organisatie van de Moengo Markt is ingewikkeld en er komen veel partijen bij kijken. De personen/organisaties die binnen de waardeketen vallen is de lokale overheid, de DJ, het vervoersbedrijf NVB, telecomunicatiedienst Telesur de Barronschool en de sponsors. Deze

personen/organisaties zijn allemaal van essentieel belang om de Moengo Markt tot een succes te brengen.

Een markt kan is niet succesvol zonder de mensen die producten kopen, namelijk de bezoekers en handelaren. Om deze categorie mensen aan te trekken is er een grote marketingcampagne nodig.

3.4 Welke effecten hebben externe stakeholders op de waardeketen?

Er is een groot aantal mensen betrokken bij de organisatie van de Moengo Markt. Elke stakeholder heeft een belang. De stakeholders kunnen in twee groepen worden opgedeeld; interne en externe stakeholders. Externe stakeholders zijn personen of bedrijven die belang hebben bij de Moengo Markt, maar niet direct invloed kunnen uitoefenen. Dit zijn de media, de lokale overheid, bekenden met een adviserende rol en concurrenten.

3.4.1 Belanghebbende

Om te achterhalen welk effect externe stakeholders hebben op de waardeketen, moet er eerst achterhaald worden wie de belanghebbende zijn. Zie tabel 3 voor een opsomming van externe stakeholders.

Tabel 3 Externe stakeholders

Belanghebbende	Functie	Inzet	Houding
Media	Bekendheid	Laag	Neutraal
Lokale overheid	Wetgeving	Laag	Passief
Concurrerende standhouders	Concurrentie	Laag	Zeër passief
Personen met een adviserende rol	Consultancy	Gemiddeld	Neutraal
Barronschool	Maatschappelijke ondersteuning	Laag	Zeër passief

Zie de volgende opsomming voor de verklaring van de belanghebbende:

- Media. Het belang van de media is om bezoekers te trekken door middel van een artikel dat geschreven is over de Moengo Markt. Mensen kopen een krant of bezoeken een gesponsorde website om het artikel te lezen. Hieruit haalt de media haar inkomsten.
- De lokale overheid is verantwoordelijk voor het afgeven van een vergunning. Hoewel hun inzet laag is en hun houding passief is, is er een groot belang van de Moengo Markt. Normaliter is de overheid verantwoordelijk voor het creëren van een welvarende maatschappij. Bij een welvarende maatschappij hoort sectorontwikkeling, de mogelijkheid om te ondernemen en een laag werkloosheidscijfer. Het platform Moengo Markt vult deels de taken van de overheid in, door de agro-economie en ondernemerschap te stimuleren en het werkloosheidscijfer te doen zakken.
- De concurrerende standhouders, zijn standhouders en verkoopliden die niet op de Moengo Markt staan, maar elders in Moengo. Hun hebben absoluut geen belang met de organisatie van de Moengo Markt.

- Er is een substantiële hoeveelheid mensen die het project willen ondersteunen. Dit zijn de personen die helpen om Moengo te ontwikkelen. Moengonezen zijn trots op Moengo, en hoewel pessimistisch, willen ook zij de Moengo Markt terug.
- Voor de Barronschool is de Moengo Markt een goede kans om het onderwijs te doen mengen met de praktijk. De studenten van de nieuwe opleiding Agrarische Productie kunnen hier veel leerervaring mee opdoen.

3.4.2 Effecten van externe stakeholders

Externe stakeholders zijn belanghebbende die niet direct invloed uit kunnen oefenen, maar wel een effect kunnen hebben op de markt. Tabel 3 laat een overzicht zien van de externe stakeholders en deze paragraaf gaat dieper in op het effect van de externe stakeholders.

De belanghebbende hebben een effect op de Moengo Markt, zowel negatief als positief. In tabel 4 wordt er onderscheidt gemaakt tussen drie soorten effecten. Een financieel effect is een effect dat invloed heeft in alle soorten financiële zaken, zoals standgeld, huur en bijvoorbeeld de prijs van de vergunning aanvraag. Het effect op klanten en bezoekers, analyseert welk effect een belanghebbende heeft op het aantal klanten/standhouders en bezoekers. Het organisatorische effect is het effect dat het heeft op de organisatie, bijvoorbeeld het plannen van tijdstippen en het indelen van de markt.

Tabel 4 Effecten van externe stakeholders

Belanghebbende	Financieel effect	Effect op klanten en bezoekers	Organisatorisch effect
Media	Ja, cameraman/fotograaf moet worden ingehuurd	Ja, aantal bezoekers neemt toe	Nee
Lokale overheid	Ja, prijs per stand gaat omhoog	Ondernemers vinden standgeld te duur. Minder standhouders	Ja
Concurrerende standhouders	Ja, standgelden gaan omhoog	Ja, er zullen minder bezoekers komen	Nee
Personen met een adviserende rol	Nee, deze mensen adviseren/geven hun mening.	Ja, adviezen opvolgen kan een bijdrage hebben aan bezoekers aantallen	Ja, indeling van de markt moet anders of er moeten meer faciliteiten komen.
Barronschool	Nee	Ja, via kinderen worden ouders/familie/vrienden gestimuleerd.	Ja, er zouden twee stagiairs kunnen meehelpen.

Media

Het effect van de media op de Moengo Markt wordt als positief ervaren; men vindt het in eerste instantie een goed project, wat Moengo helpt ontwikkelen. De marketing kan via de media op verschillende manieren worden toegepast; via TV, via de krant en via de radio. In de marktperiode van augustus 2018, heeft de organisatie veelvuldig en intensief de media toegepast. Het effect van de promotie en marketing via media, is dat de bevolking er van

hoort en enthousiast wordt, maar niet direct komt, vaak vanwege persoonlijke redenen (ziekte, vakantie, niet in omgeving). Hoewel dit voorkomt, zijn de bezoekers vooraf ingelicht. De bevolking weet welke standhouders er staan en wat het aanbod van producten is. De financiële uitgaven worden verhoogd naarmate het gebruik van media toeneemt. Het maken van een TV spot kost 300 *Surinaamse Dollar* (SRD) en het uitzenden hiervan kost 600 SRD per week. Een bericht promoten voor tien dagen op Facebook kost 25 euro.

Lokale overheid

Om de kosten van de vergunning te dekken, moet er standgeld worden betaald. De kosten van de vergunning per dag moet worden gedeeld door het aantal verwachte standhouders. Er zijn drie manieren om het standgeld te doen verlagen, namelijk door: een goedkopere vergunning, meer standhouders regelen en het acquireren van een sponsor.

Concurrerende standhouders

In Moengo staan er meerdere stands en ook voor de supermarkten wordt op een enkele plek groenten aangeboden. Dit is concurrentie voor de Moengo Markt en het beïnvloed het aantal bezoekers dat naar de markt komt. Het type bezoeker dat dan niet naar de Moengo Markt komt, zijn de mensen die specifiek een soort groente nodig hebben. Het zijn dit soort mensen het niet waard, om voor één specifiek item naar de Moengo Markt te komen als het ook verkrijgbaar is langs de straat. Door een breder aanbod van producten aan te bieden, wordt de concurrentie kleiner.

Personen met een adviserende rol

Het zijn vooral de Moengonezen op middelbare en oudere leeftijd die een band hebben met Moengo. Men heeft goede herinneringen aan het verleden en wilt graag dat Moengo weer zoals dat voor de oorlog was. Om deze redenen heeft een bepaalde groep mensen de ambitie het project te ondersteunen. Het is aan de organisatie om een gemiddelde te nemen van het aantal adviezen. Adviezen kunnen zijn; beveiliging aannemen, maar ook een DJ huren. Deze personen spelen een grote rol in de organisatie van de Moengo Markt. Organisatoren van de Moengo Markt zijn stagiaires, die niet goed de lokale cultuur kennen. Dit is een knelpunt en daarom zijn de meningen en adviezen van de lokale bevolking van zeer groot belang.

Barronschool

Om het onderwijs te verbreden, heeft het district commissariaat opdracht gegeven (District Marowijne, 2008) om meer vaktechnische opleiding te starten. Zo ook, agrarische productie op de Barronschool. Dit is een opleiding waarbij de studenten leren ondernemen in de agrarische sector, omgaan met het telen van groenten en het houden van kippen. Het is voor de Moengo Markt een gelegenheid om twee stagiaires van de Barronschool aan te nemen, omdat de studenten de lokale taal spreken, mee kunnen helpen met de organisatie en het geeft de Moengo Markt een betere status.

3.4.3 Conclusie

Externe stakeholders kunnen een grote positieve of negatieve bijdrage leveren aan de organisatie van de Moengo Markt. De belanghebbende zijn personen of organisaties die niet direct beslissingen nemen, maar wel invloed hebben in de beslissingen die genomen worden.

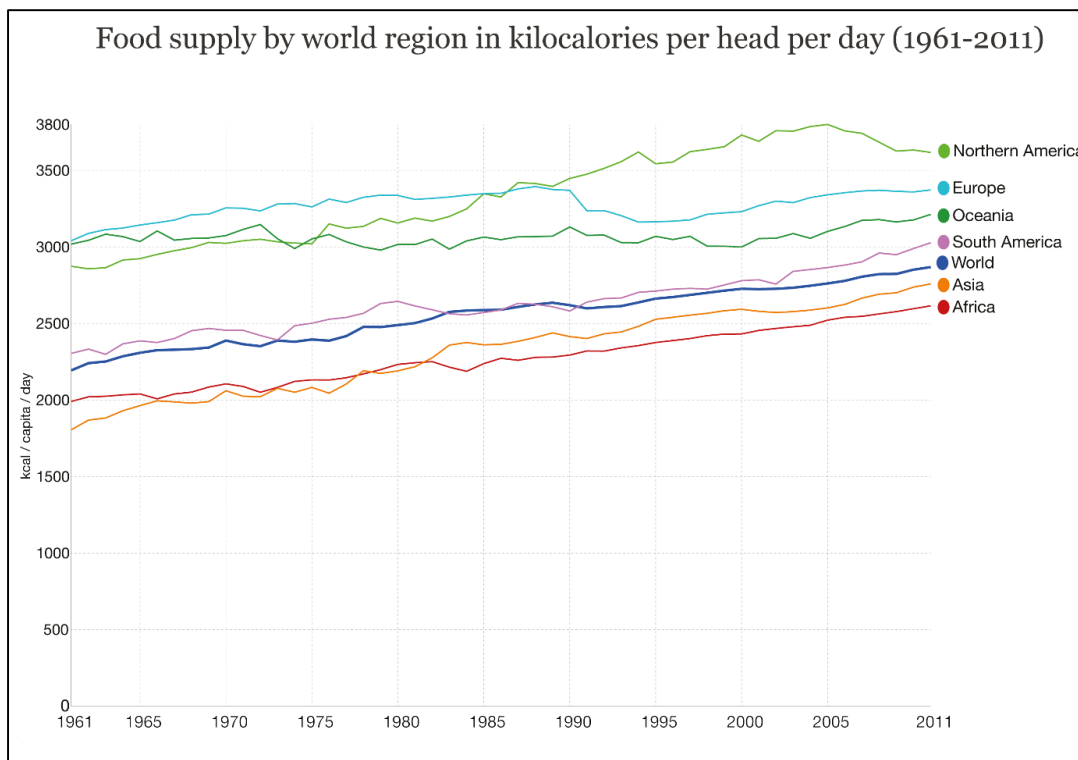
De Moengo Markt heeft vijf externe stakeholders; de media, lokale overheid, concurrerende standhouders, personen met een adviserende rol en de Barronschool.

3.5 Wat is het toekomstperspectief van de Moengo Markt?

Het toekomstperspectief wordt bepaald door vele factoren. Hierbij wordt gekeken naar een wereldwijde, nationale en lokale trend. Immers is het zo, dat de wereldbevolking steeds meer kan betalen of er een nationale cultuur heerst, waarbij normen en waarden verschillen per land en dat het lokale district, een bepaald stimulerend beleid hanteren.

3.5.1 Vraag naar voedsel

De afgelopen vijftig jaar is er meer veranderd in de manier waarop de mens voedsel verkreeg dan in de afgelopen 3.000 jaar. Deze verandering is te danken door de komst van de supermarkten (waaronder fastfoodketens) en het industrialiseren van het voedselverwerkingsproces. Zie figuur 1 voor de wereldwijde voedselopname en de trend hiervan (Our world in data, 2013). In de toekomst zal deze lijn stijgen; indien de trend gevolgd wordt zal de voedselvoorziening per capita, in Suriname stijgen naar 2.900 – 3.000 kilocalorieën (kcal) per dag in 2020.



Figuur 1 Wereldwijde voedselopname

Voedselketens

De voedselketens zijn de afgelopen halve eeuw sterk veranderd. Voor de tweede wereld oorlog was de voedselketen kort en ging vaak direct van de boer naar de consument. Pas na de tweede wereld oorlog kwam hier verandering in, door de komst van vrachtwagens en koelmachines (van Santen, 2017). Hierdoor konden agrarisch producten worden opgeslagen en vervoerd worden. De boeren hoefden niet meer zelf hun producten te verkopen, maar waren aangesloten bij een coöperatie of fabriek, die hen een vaste prijs gaven. In de loop van

de jaren veranderde de gedachtegang van de voedselproductie; men ging van kwantiteit naar kwaliteit. De bevolking begon meer eisen te stellen naar de kwaliteit van voedsel, zoals versheid en de manier waarop het product verwerkt is. Uit deze vraag ontstonden waarborgingsinstanties die de kwaliteit van het voedsel moesten waarborgen. Dit werd gedaan volgens HACCP en ISO protocollen. De kwaliteit van het proces bevorderde ook de houdbaarheid en transport mogelijkheden. Hierdoor konden producten in massa geproduceerd worden, tegen een goede prijs, waarna het product over de hele wereld wordt gedistribueerd. Dit is de reden waarom het mogelijk is om een pot goedkope Nederlandse knakworsten te kopen in de jungle van Suriname.

De voedselketens zullen zich in de toekomst blijven ontwikkelen, en de vraag naar luxe westerse voedselproducten zullen blijven toenemen. Echter is er één groot probleem; de inflatie van de SRD. De inflatie is twee jaar geleden plots gestegen, terwijl de gemiddelde inkomens niet zijn toegenomen. Hierdoor is al het geïmporteerde voedsel duurder geworden, en voor sommige gezinnen te duur om te kunnen kopen. Zie tabel 5 voor de inflatie van de Surinaamse Dollar (Valuta, 2018).

Tabel 5 Inflatie Surinaamse Dollar

Maand	Jan '16	Jul '16	Jan '17	Jul '17	Jan '18	Jul '18
Euro naar SRD	4,38	7,79	7,74	8,48	8,86	8,69

Fastfoodrestaurants

Fastfoodrestaurants zoals McDonalds, Burger King en KFC zijn allemaal concepten uit de Verenigde Staten, en zijn tevens allemaal wereldwijd actief. De McDonalds, Burger King en KFC behoren tot de fastfood categorie; massa geproduceerd voedsel dat in een kortere tijd klaargemaakt kan worden. Deze gerechten bevatten minder nutritionele waarde vergeleken met andere gerechten. De fastfoodfranchises hanteren dat de producten overal ter wereld hetzelfde moeten smaken, en dus van dezelfde kwaliteit moet zijn. Om het franchise concept te laten werken, moeten de ingrediënten identiek zijn en op grote schaal worden geproduceerd, zodat iedereen dezelfde burger krijgt (Encyclopaedia Britannica, 2018).

Fastfoodrestaurants, met name KFC en Popeyes zijn populair in Suriname en na de 'fortnights' aan de eind van de maand is het er druk. In de toekomst zal er slechts een geringe groei zijn in deze sector. Met de hedendaagse wisselkoers van de SRD, is de McDonalds al vaak te duur voor de Surinamer.

3.5.2 Nationale aspect

De Surinaamse cultuur is een cultuur waarbij eten centraal staat. Surinamers hechten veel waarden aan het eten. De Surinaamse keuken kent vele verschillende gerechten, omdat elke bevolkingsgroep andere gerechten heeft. Van oudsher waren Surinamers afhankelijk van kostgrondjes, echter met de komst van supermarkten is dit veranderd. Vandaag de dag zijn Surinamers minder afhankelijk van kostgronden, maar meer van supermarkten. In Moengo is dit ontstaan, omdat men van oudsher allemaal arbeidsmigranten zijn en geen agrarisch ondernemer. De supermarkten biedt meer lang houdbare producten, maar geen verse groenten en fruit. Dit komt, omdat gecentraliseerde instantie of verwerkende producent is,

om al de agrarische producten op te kopen. De enige manier waarop men verse producten kan krijgen is bij de markt. Dit zal zo blijven, want een Surinamer houdt van verse producten en houdt van markten.

3.5.3 Lokale situatie

Moengo heeft met de binnenlandse oorlog en het vertrek van Suralco, een lastig verleden waar de gevolgen vandaag de dag nog steeds merkbaar van zijn. De overheid heeft de intentie om veranderingen door te zetten (District Marowijne, 2008), maar onduidelijk is op welk termijn dit daadwerkelijk gebeurt.

Private sector

De private sector is een hoofdrolspeler in de ontwikkeling van Moengo en kan de oplossing zijn voor de hoge werkloosheid en de lage inkomens. Het ontwikkelen van deze sector is van belang voor het district Marowijne. De overheid erkent de volgende problemen:

- Geen organisatie
- Onvoldoende ontwikkelkansen
- Geen vertrouwen van de bancaire instellingen
- Bureaucratie
- Geen transparant beleid

In de toekomst is het nodig om deze punten te doen verbeteren om het ondernemersmilieu aantrekkelijk te maken. Desalniettemin wordt er mondjesmaat geïnvesteerd in deze sector. De Surinaamse staat heeft toestemming gegeven om de oude mijnen te mogen gebruiken om het mineraal Kaolien te delven. Dit wordt gebruikt om onder andere beton, verf, papier en cosmetica te fabriceren (van Maele, Nieuw leven voor een oude mijnstad, 2013). Traymore, die de haven van Moengo beheert, profiteert van de toegenomen goud delving in de regio. Machines en chemicaliën bereiken via de haven via Moengo. Dit is gunstig, want dit is momenteel de grootste werkgever van Moengo en de verwachting is, dat er in de toekomst meer goud wordt gedolven.

Agro-economie

De agro-economie is in Marowijne de tweede inkomstenbron. Het verder ontwikkelen zal andere sectoren helpen mee ontwikkelen. De bevolking onderneemt initiatieven in de agrarische sector; zo teelt Dhr. Gerrit Barron de eerste thee uit Suriname en probeert Dhr. Jurgen Pinas een landbouwkundige stichting te starten die de jongeren actief maakt in de agrarische sector. In de toekomst zal de agro-economie doen toenemen door burger initiatieven. Er zullen meer agrarische producten geproduceerd worden waarvan de afzet individueel op nationaal en internationaal geregeld zijn. De Moengo Markt zal hierop in moeten spelen door zich op lange termijn te richten op een handelsmarkt.

Kennis is belangrijk voor het ontwikkelen van de agro-economie. SOIL onderneemt veel in Marowijne en is onder andere verantwoordelijk voor het overbrengen van kennis door middel van stagiaires. Hoewel de kennis overdracht een lange periode nodig heeft, heeft het effect.

Onderwijs en volk ontwikkeling

Het onderwijssysteem is een knelpunt in de Marowijnse samenleving. Hoewel er genoeg

instellingen zijn die basisonderwijs faciliteren, mist de mogelijkheid om op hoger niveau een vak te leren. Hiervoor moeten de jongeren zich inschrijven op faculteiten en universiteiten in Paramaribo. In de afgelopen jaren heeft het district aangegeven dit willen te verbeteren, maar is tot op de dag van vandaag nog niet geuit (District Marowijne, 2008). De bevolking moet over gaan stappen van de mijnbouw naar de landbouw. Het voordeel hiervan is dat de landbouw niet uitputtingsgevoelig is en daardoor standvastig is in de arbeidsvraag. De verandering begint met de jeugd. Het is belangrijk dat zij getriggerd worden om te gaan ondernemen in de agrarische sector. Om deze gedachtegang te realiseren, gaat de Barronschool aankomend jaar beginnen met de studierichting Agrarische Productie. In de toekomst moet de overheid meer investeren, om zo onder andere de schoolgelden en ongeschooldheid te doen zakken.

Infrastructuur

In de afgelopen vijf jaar heeft de overheid veel gespendeerd aan de infrastructuur en met name de wegen die naar de afgelegen dorpen toe lopen. Vroeger waren deze dorpen afhankelijk van de Cotticarivier, waarop de bevolking per boot naar Moengo konden. Hedendaags zijn de meeste dorpen bereikbaar via de autoweg en in de toekomst zullen alle dorpen bereikbaar zijn via autoweg. De functie van de rivier voor de Cotticarivier is aan het veranderen, van levensbehoefte naar toeristische attractie.

Toerisme

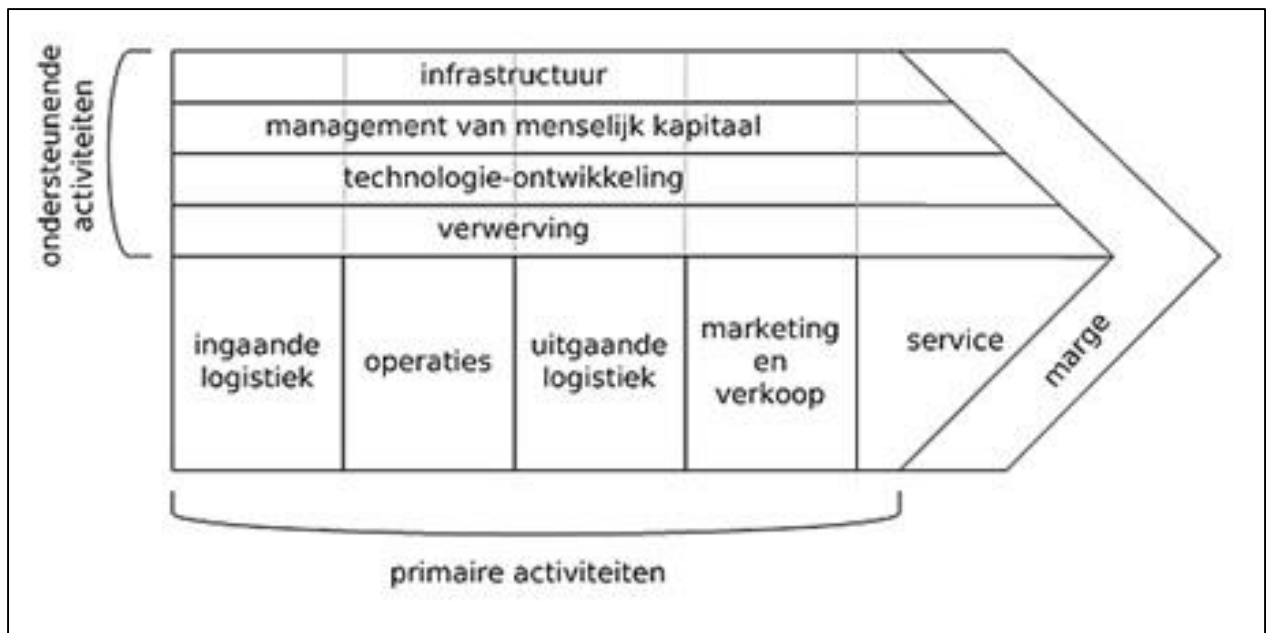
De wereldwijde bevolking leeft in steeds grotere luxe en zijn daarom steeds internationaler. Elk jaar komen er steeds meer toeristen naar Suriname en uiteindelijk ook naar Moengo. De meeste toeristen komen vanuit Nederland en buurland Frans-Guyana. Jaarlijks wordt het Moengo Festival georganiseerd, hieruit wordt ook verwacht dat het aantal toeristen toeneemt (STVS Suriname, 2018).

3.5.4 Conclusie

Het toekomstperspectief van de Moengo Markt is goed. Door nieuwe technologie is het mogelijk geworden dat buitenlands voedsel geconsumeerd kan worden in Suriname. Dit, vaak geblijkt voedsel is echter van mindere nutritionele waarden, maar tegelijkertijd hecht de Surinamer wel aan vers voedsel dat goedkoop is en dit zijn groentes en fruit. Markten zijn geïntegreerd in de maatschappij. Zo zijn er tientallen verschillende markten in Paramaribo, die allemaal goed bezocht worden. Momenteel is er in Moengo geen vaste Moengo Markt, dit terwijl het juist werkgelegenheid en het de private sector, agro-economie en het onderwijs stimuleert.

3.6 Wat valt er binnen het waardeketenmodel van Porter?

Deze paragraaf geeft weer wat er binnen de waardeketen model van Porter (Eelants, 2018) valt. (Daryanto, 2014). Zie figuur 2 voor het waardeketen model (MCTL, 2018).



Figuur 2 Waardeketenmodel Porter

Het model maakt onderscheid tussen primaire en secundaire/ondersteunende activiteiten en tussen elke stap wordt een waarde toegevoegd.

3.6.1 Primaire activiteiten

De primaire activiteiten bestaan uit vijf categorieën: ingaande logistiek, operaties, uitgaande logistiek, marketing en verkoop en service. Deze paragraaf bevat een beschrijving van elke categorie.

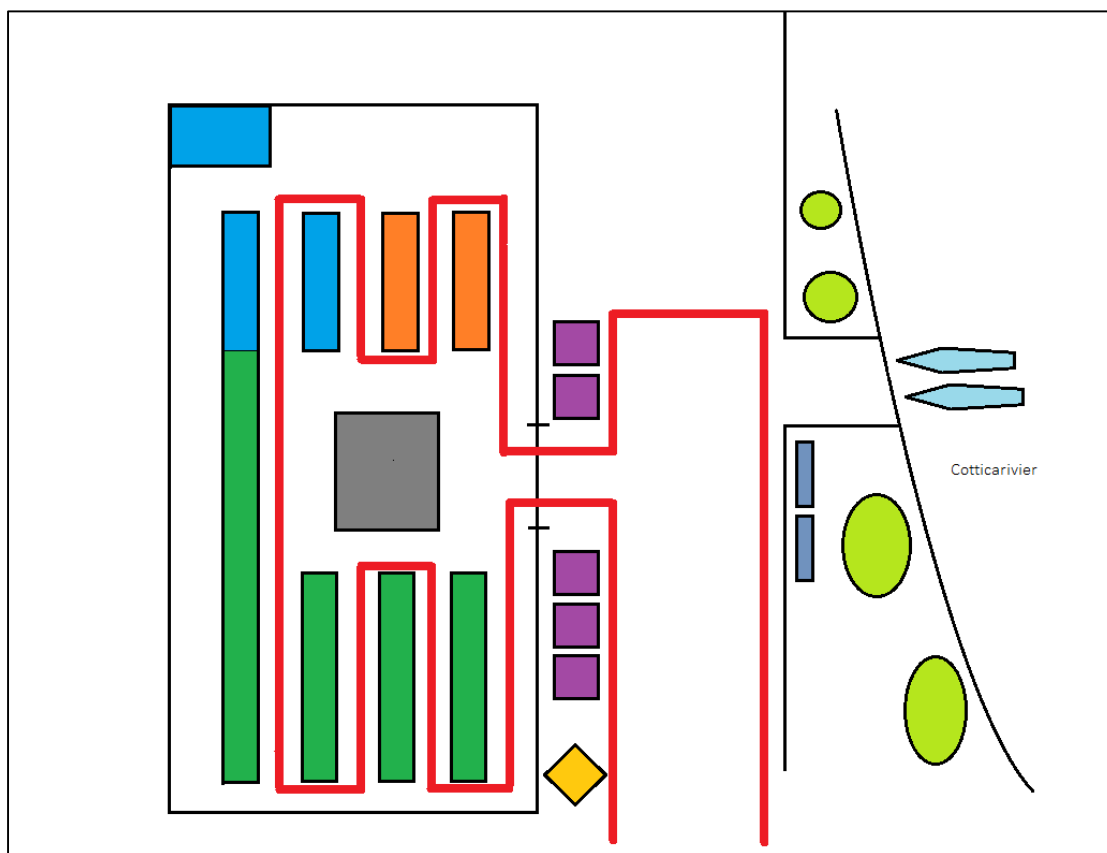
Ingaande logistiek

De Ingaande logistiek zijn de standhouders, foodstandhouders en de mensen die de toeristische attracties organiseren. De vraag naar bepaalde stands wordt gecreëerd vanuit maatschappelijk- en economisch oogpunt, waarbij er rekening wordt gehouden met de toeristische groei.

Vanuit de maatschappij is er een vraag naar verse producten zoals groenten, fruit, vlees en vis. In Moengo zijn er meer dan 20 supermarkten aanwezig, echter is het assortiment zeer beperkt en bestaat vrijwel alleen uit voedsel dat verpakt is in pot of blik. Toch verlangt men naar verse producten. Producten die lokale agrarisch ondernemers kunnen aanbieden. Een Surinamer houdt van muziek, lekker eten en gezelligheid. De Moengo Markt kan hierin meegaan door foodstands en een DJ uit te nodigen. De Moengo Markt vervult niet alleen de vraag naar vers voedsel, maar dient ook als een plek waar men kan socialiseren, onder het genot van een warme maaltijd, een borrel en gezellige muziek. Statistieken laten zien dat het toerisme toeneemt in Suriname en hier kan Moengo een steentje aan bijdragen. Moengo heeft een rijke geschiedenis en een prachtige natuur. Dit is een kans voor de lokale ondernemers om op in te spelen, door onder andere een jungle-, mijn- of een riviertour te organiseren. Het is belangrijk een goede relatie met de standhouders te hebben; Surinamers kunnen nors zijn en zeggen niet direct hun mening. In een goede relatie, is het mogelijk feedback te delen tussen standhouder en organisatie.

Operaties

De operaties zijn het plannen en het maken van een lay-out. Naast het product, heeft ook de positie van de stands een invloed op de individuele verkoopcijfers van de stands. Mensen komen om verschillende redenen naar de markt; uit nieuwsgierigheid, om te socialiseren en om een specifiek product te kopen. Om synergie te creëren is het belangrijk dat de stands bij elkaar opgesteld staan. Mensen zijn impulsief en schaffen soms producten aan die overbodig kunnen zijn. Om het impulsieve koopgedrag van de bezoekers te bevorderen, is het belangrijk dat er duidelijke looplijnen zijn, waardoor de bezoeker verplicht wordt om langs stands te lopen, om vervolgens het terrein te verlaten. De locatie van een stand is afhankelijk van wat elke stand aan te bieden heeft. Zie figuur 3 en tabel 6 voor de legenda van figuur 3, voor een potentiële lay-out van de markt.



Figuur 3 Lay-out Moengo Markt

Tabel 6 Legenda lay-out Moengo Markt

Figuur	Betekenis
	Looplijn
	Standplaats voor groenten en fruit
	Standplaats voor overige producten (schilderijen, bestek)
	Standplaats voor vis en vlees
	Kantoor marktmeester
	Standplaats voor toeristische attracties
	Zitplekken
	Korjalen

Groenten, fruit, vlees en vis staan opgesteld in het marktgebouw, want hier staan lange tafels waar men de producten op kan aanbieden. Ook is er toegang tot vers water voor de visproducten. Buiten staan de foodstand, toeristische attracties en een staplaats voor de DJ. Buiten is er meer ruimte om mensen te ontvangen en is er mogelijkheid om te kunnen zitten, tevens hebben mensen minder last van de muziek als de DJ buiten staat. Langs de Cotticarivier kunnen de toeristische attracties plaatsnemen, want dit is bij de korjalen die gebruikt worden om boottrips te organiseren.

Uitgaande logistiek

Onder de uitgaande logistiek vallen de bezoekers en handelaren die de producten op de Moengo Markt kopen. De markt is niet populair onder tieners, maar wel bij de doelgroep met een leeftijd van 25 jaar of ouder. Dit komt waarschijnlijk doordat veel jongeren nog bij hun ouders wonen (die de boodschappen doen). Vooral de bezoekers van 30 of ouder hebben affiniteit met de markt, die in hun tienerjaren populair was. De handelaren zijn verantwoordelijk voor het opkopen van grote partijen van bijvoorbeeld groenten en fruit. Door contractueel de grote van oplages te bepalen, zal de agrarisch ondernemer meer stabiliteit en continuïteit gaan kennen.

Marketing

Marketing is een belangrijke pijler van de Moengo Markt. Voordat het nieuwe concept van de Moengo Markt, in augustus 2018 werd geïntroduceerd, vonden er geen activiteiten bij het marktgebouw plaats. Dit houdt in dat de mensen van kennis moesten worden gebracht van de Moengo Markt en hier was de marketing verantwoordelijk voor. Marketing is essentieel voor de Moengo Markt en er zijn verschillende manieren waarop marketing kan worden toegepast op het concept. Facebook is wellicht de efficiënte manier om de bevolking te bereiken, want 59% van de Surinamers is actief op Facebook. Ook kunnen via deze bron eenvoudig foto's en video's worden gedeeld. Naast Facebook, zijn alternatieve bronnen zoals de krant (de Ware Tijd), tv (TV Binnenland) en radio (BOB Radio) een goede manier om de bevolking in de jungle te bereiken. Een succesvolle marketingcampagne resulteert in meer mensen die de markt bezoeken, en diegene die een stand willen huren. Bij de marketing is het belangrijk dat men goed opvalt bij de concurrenten.

Service

Service is bedoeld om de waarde van de Moengo Markt te behouden. Dit kan worden gedaan door een klantenservice. Bezoekers en handelaren willen bijvoorbeeld informatie winnen over bepaalde ondernemers of over de Moengo Markt. Het is de taak van de organisatie om mensen te verbinden met elkaar. Bij een goede service hoort een goede communicatie en bereikbaarheid.

3.6.2 Ondersteunende activiteiten

Naast de primaire activiteiten zijn er ook secundaire activiteiten; deze activiteiten hebben indirect invloed op de Moengo Markt. Onder de ondersteunende activiteiten vallen: verwerving, technologieontwikkeling, *Human Resource Management* (HRM)/menselijk kapitaal en infrastructuur.

Verwerving

Het organiseren van de Moengo Markt vereist veel financiële middelen. De vergunning, promotie en het huren van een DJ, tenten, tafels en stoelen kosten veel geld. De inkomsten komen deels vanuit standgelden, echter is dit niet altijd voldoende om alle kosten te dekken. Hiervoor is het essentieel dat er een sponsor komt, die de markt voor langere tijd wil sponsoren. Financiële instellingen kunnen veel klanten winnen en zien kansen in de Moengo Markt. Naast financiële instellingen zijn er ook leveranciers van onder andere planten, grond, kennis of grote afnemers (zoals Fernandes). Sponsors kunnen sponsoren door middel van financiële middelen, en facilitaire middelen zoals tenten of tafels.

Technologische ontwikkeling

Suriname loopt niet voorop als het gaat om technologische ontwikkeling. De bevolking gebruikt veelal oude computers en het internet is onstabiel, met vaak langzame snelheden. Het is een mogelijkheid om het marktgebouw van Wi-Fi te voorzien via een 4G adapter. Voor veel mensen is mobiel internet onbetaalbaar en op deze manier kunnen de Moengonezen gebruik maken van het internet op het marktterrein. Tevens is deze oplossing toepasbaar voor promotie.

Menselijk kapitaal

De organisatie heeft niet direct personeel in dienst, maar huurt wel mensen in zoals de DJ en kan eventueel twee stageplekken vanuit de Barronschool faciliteren. Er is wel veel contact met ondernemers en bezoekers. De ondernemers zijn in vele gevallen woonachtig buiten Moengo, in de jungle. Hier is geen vast internet en men is niet direct op de hoogte van de Moengo Markt. Het is een taak van de organisatie om de ondernemers elke week te bellen om aanvragen te controleren.

Infrastructuur

De infrastructuur is voornamelijk het regelen van de juiste vergunningen en het bijhouden van een contactenbestand. In Suriname kent men een vergunningsplicht. Een vergunning kan worden aangevraagd bij het district commissariaat. Hier komen veel bureaucratische stappen bij kijken en uiteindelijk moet de DC de vergunningaanvraag goedkeuren voordat de Moengo Markt georganiseerd kan worden.

Het bijhouden van een logboek is essentieel; hierin staat de contactinformatie van elke ondernemer. Op deze manier is het in één oogopslag te zien, waar de ondernemers vandaan komen en welke producten er worden verkocht. Indien dit onbekend is, kan het problemen opleveren bij het plannen van de lay-out van de markt, aangezien er wordt geselecteerd op productsoort. Onder infrastructuur hoort ook een financieel overzicht. In het financiële overzicht hoort te staan wat de inkomsten en uitgaven zijn. De inkomsten bestaan uit standgelden en promotiegelden, terwijl de kosten bestaan uit huur, vergunning aanvraag en promotie. Wanneer hier een accuraat overzicht van is, kunnen de hoogte van de standgelden en marktstrategie bepaald worden.

3.6.3 Conclusie

Het waardeketenmodel van Porter wordt wereldwijd gebruikt om inzicht te krijgen in de waardeketen. Het model maakt onderscheid tussen primaire en secundaire activiteiten. Onder de primaire horen de ingaande logistiek (bezoekers), operaties (organisatie Moengo Markt) en uitgaande logistiek (klanten). Daarnaast zijn de marketing en service, activiteiten die bij de primaire activiteiten horen. De secundaire activiteiten zijn de ondersteunde activiteiten en bijvoorbeeld stagiaires vanuit de Barronschool, technologie, facilitair en infrastructuur behoren onder deze categorie.

4. Discussie

In dit hoofdstuk worden de uitkomsten per deelvraag behandeld. Vervolgens is er een reflectie gemaakt over het onderzoek waarbij verschillende aspecten zijn bediscussieerd.

Doelstelling van het afstudeerwerkstuk

Het doel van dit onderzoek is om inzicht te krijgen in de waardeketen van de Moengo Markt. Met de bevindingen en uitkomsten van dit onderzoek is de organisatie van SOIL Masonkondre beter in staat een visie te ontwikkelen van de Moengo Markt. Door de waardeketen te analyseren is het mogelijk deze verder te ontwikkelen, om de markt groter, efficiënter en divers te organiseren.

4.1 Discussie per deelvraag

In deze paragraaf wordt beschreven hoe de resultaten tot stand zijn gekomen. Vervolgens worden de uitkomsten bediscussieerd en wordt de betrouwbaarheid van deze resultaten besproken.

Hoe groot is de vraag naar de Moengo Markt?

Om de vraag naar Moengo Markt te kunnen onderzoeken, moest er eerst worden geanalyseerd waar de vraag vandaan kwam, en daarnaast is er een maatschappelijke vraag en een economische vraag. Om de doelgroep en demografie te bepalen is er een literatuuronderzoek gebruikt. De enige bron die de demografie weergeeft komt vanuit de overheid zelf. Dit kan als betrouwbaar worden geclassificeerd. De economische en maatschappelijke vraag zijn geanalyseerd door middel van eerdere rapporten van SOIL en Greenport Marowijne. Deze gegevens komen overeen met persoonlijke bevindingen.

Welke personen en activiteiten vielen binnen de waardeketen?

Er zijn geen literatuur bronnen over Moengo Markten in het verleden. Om de personen en activiteiten binnen de waardeketen van de Moengo Markt te achterhalen, was het noodzakelijk om markten te organiseren en de benodigdheden te achterhalen vanuit de bevolking. Er werden ongeveer 100 meningen en visies gebruikt. Hiervan is het gemiddelde verwerkt. De visies van personen als Mevr. T. Pinas en Dhr. K. Cairo hadden een grotere invloed, omdat de personen in dit geval meer ervaring hadden in het organiseren van evenementen.

Welke effecten hebben externe stakeholders op de waardeketen?

Er zijn geen literatuur bronnen te vinden over externe stakeholders van een markt. Wederom moest het antwoord achterhaald worden door het organiseren van de Moengo Markt, evenals is er gesproken met de belanghebbende personen, personen met een adviserende rol, de Barronschool en werknemers van de lokale overheid. Hieruit is een gemiddelde genomen, waarbij de visies van personen met hogere functies zwaarder weegt.

Wat is het toekomstperspectief van de Moengo Markt?

Deze vraag is opgedeeld in drie paragrafen; de wereldwijde voedselopname, Surinaamse cultuur en de lokale situatie. De wereldwijde voedselopname en de motivaties daarachter zijn gebaseerd op een literatuur onderzoek. Om de nationale cultuur te omschrijven, zijn er zowel meningen en visies van personen door heel Suriname gebruikt. Hiervan is wederom een

gemiddelde gebruikt. Om de lokale situatie te omschrijven, zijn meerdere bronnen gebruikt zoals Greenport Marowijne en het Decentralisatierapport. Dit rapport werd in 2008 geschreven, maar is nog steeds relevant aangezien de lokale situatie niet veel veranderd is.

Wat valt er binnen het waardeketenmodel van Porter?

Het waardeketenmodel van Porter is een bekend model dat in vrijwel alle bedrijven gebruikt wordt, om een duidelijk beeld van de waardeketen te schetsen en waar de plus- of juist minpunten in de waardeketen zitten. Dit houdt in dat er veel literatuur informatie over te vinden was. De bevindingen vanuit de literatuur werd gecombineerd met de bevindingen van de organisatie van de Moengo Markt.

4.2 Reflectie op uitgevoerd onderzoek

In deze paragraaf is er een reflectie uitgevoerd op basis van het uitgevoerde onderzoek. Hierin worden het onderzoeksproces en de methode besproken.

Proces

Het proces bij het onderzoek is goed verlopen, maar niet gemakkelijk. Er is zeer weinig literatuur beschikbaar over Moengo en over de Moengo Markt. Alleen SOIL, de lokale overheid en Greenport Marowijne hadden relevante bronnen online gezet. Gedurende de drie maanden in Suriname werd er constant gestuit op problemen, die soms snel moesten worden opgelost. Dit onder druk van een cultuurverschil en soms een taalbarrière. Dit maakte de organisatie van de Moengo Markt moeilijk, onzeker maar zeker een uitdaging.

Om meningen en visies van de bevolking te verzamelen, werden er in eerste instantie een aantal personen gevraagd. Achteraf bleken de meningen tussen personen sterk uiteen te lopen. Meningen konden zelfs bij dezelfde persoon verschillen. Hierdoor is er gekozen om een grotere spreiding tussen personen te creëren. Hier werd het gemiddelde van genomen.

Methode en omstandigheden

De methode van dit onderzoek heeft gezorgd voor onverwachte resultaten, omdat er zeer weinig informatie bekend was over dit onderwerp. Omstandigheden die niet beïnvloedbaar zijn, maar wel invloed hebben op de resultaten, zijn aanwezig in dit onderzoek. De eerste marktdag op 3 Augustus was de diploma uitreiking op de Mulo school. Hierdoor kwamen er minder bezoekers naar de Moengo Markt. Dit zou er mee te maken kunnen hebben waarom er minder standhouders op de tweede, derde en vierde marktdag. Bovendien vond er op de tweede dag een zelfmoord plaats en op de derde was de opening van het Moengo Festival. In een dergelijk dorp als Moengo zijn er altijd gebeurtenissen, waar men niet op in kan spelen maar wel rekening mee moet houden.

Aanvullend onderzoek

Een aanvullend onderzoek is nodig om een accurater beeld van de Moengo Markt te krijgen. Zoals eerder benoemd had de markt last van onvoorziene omstandigheden. Het is onduidelijk hoe de markt had verlopen indien deze gebeurtenissen niet hadden plaatsgevonden. Bovendien duurt het maanden, om de populariteit van de markt te doen vergroten. Dit onderzoek is gebaseerd op een Moengo Markt die voor het eerst wordt georganiseerd. Het is onduidelijk hoe de waardeketen eruit ziet van een markt die al jaren achterelkaar wordt georganiseerd.

5. Conclusies en aanbevelingen

In de conclusies en aanbevelingen wordt antwoord gegeven op de hoofdvraag van dit onderzoek en zal de conclusie van het onderzoek besproken. Daarnaast worden er aanbevelingen gegeven die bruikbaar zijn in de praktijk.

5.1 Conclusies

De oorlog en het vertrek van Suralco heeft grote maatschappelijke problemen met zich meegebracht zoals: armoede, tienerzwangerschappen en het ontstaan van een hoeselcultuur. Om de bevolking van werk te voorzien, is er een beroepstransitie nodig; van mijnbouw naar landbouw. Immers is de landbouw onuitputbaar. De Moengo Markt speelt hier een cruciale rol in, want via de markt wordt de afzet geregeld waardoor er een vast inkomen is, de continuïteit van het agrarische bedrijf wordt bevorderd en de agro-economie wordt ontwikkeld. Het onderzoek is gericht op het inzicht krijgen van de waardeketen van de Moengo Markt, met als doel knelpunten en kansen in de waardeketen te benutten.

De hoofdvraag van dit onderzoeksrapport luidt als volgt:

‘Hoe ziet de waardeketen eruit voor de Moengo Markt?’

Conclusies deelvragen

De vraag naar de Moengo Markt komt van twee kanten; een maatschappelijke kant en een economische kant. Vanuit de maatschappij is voedselvoorziening van belang. Hedendaags zijn er weinig verse groentes en fruit verkrijgbaar in Moengo. De Moengo Markt kan een bron van verse groentes, fruit vlees en vis worden en tegelijkertijd een plek waar men kan socialiseren. De economische vraag ontstaat uit het creëren van werkgelegenheid en bedrijvigheid. De Moengo Markt moet de agrarische ondernemers een goede afzet bieden, die de continuïteit doet verhogen. De Moengo Markt moet een stimulans zijn voor de agrarisch ondernemers om te willen groeien en te willen ondernemen.

Er zijn drie soorten categorieën personen en activiteiten die binnen de waardeketen vallen; het regelen van standhouders, het daadwerkelijk organiseren en het aantrekken van bezoekers en handelaren. Binnen de eerste categorie vallen de reguliere standhouders, foodstandhouders en de standhouders van toeristische attracties. Bij de organisatie van de Moengo Markt komen veel partijen kijken zoals de lokale overheid, de DJ, de NVB, Telesur en de Barronschool. De organisatie is daarom complex. De derde categorie bestaat uit bezoekers en handelaren. Deze categorie wordt voornamelijk naar de markt gelokt door de marketingcampagne die zowel uitgevoerd wordt op social media als de krant, de radio en via flyers.

Externe stakeholders zijn personen of instellingen die niet direct impact, maar wel invloed hebben in de organisatie van de Moengo Markt. De Moengo Markt heeft vijf externe stakeholders: de media, de lokale overheid, concurrerende standhouders, personen met een adviserende rol en de Barronschool.

Het toekomstperspectief van de Moengo Markt is goed. De wereldwijde voedselconsumptie neemt toe. Door de globalisatie van de voedselketens is er meer aanbod van lang houdbare producten. Deze producten zijn niet vers en hebben een lage nutritionele waarde. Daarnaast

kan geïmporteerd voedsel duur zijn vanwege de inflatie van de Surinaamse Dollar. Dit creëert een grotere vraag naar verse, betaalbare producten zoals groenten en fruit. Daarnaast is de markt onderdeel van de Surinaamse cultuur, waarbij de markt ook wordt gebruikt om te socialiseren. Een goed voorbeeld zijn de markten die in Paramaribo worden georganiseerd; deze markten zijn er in overvloed en allemaal zijn ze goed bezocht. Tenslotte profiteert de lokale maatschappij veel van de Moengo Markt, aangezien het verschillende sectoren zoals de private sector en de agro-economie stimuleert.

Het waardeketenmodel van Porter wordt wereldwijd gebruikt om inzicht te krijgen in de waardeketen. Het model maakt onderscheid tussen primaire en secundaire activiteiten. Onder de primaire horen de ingaande logistiek (bezoekers), operaties (organisatie Moengo Markt) en uitgaande logistiek (klanten). Daarnaast zijn de marketing en service, activiteiten die bij de primaire activiteiten horen. De secundaire activiteiten zijn de ondersteunde activiteiten en bijvoorbeeld stagiaires vanuit de Barronschool, technologie, facilitair en infrastructuur behoren onder deze categorie.

Conclusie hoofdvraag

De waardeketen van de Moengo Markt wordt opgesplitst in twee gedeeltes; primaire en secundaire activiteiten. Om de waardeketen te visualiseren wordt het model van Porter wederom toegepast. Zie tabel 7 voor de waardeketen van de Moengo Markt.

Tabel 7 Waardeketen Moengo Markt

Infrastructuur: aanvragen vergunningen, bijhouden logboek en bijhouden financiën					Marge	Secundaire activiteiten
Menselijk kapitaal: stagiaires managen, DJ inhuren en de stakeholders tevreden houden						
Technologie: Het regelen van Wi-Fi. Ook toepasbaar voor marketing doeleinden						
Verwerving: Elke week alle potentiële standhouders nabellen						
Ingaande logistiek: Standhouders met hun producten. (groenten, fruit, warme maaltijd, attracties)	Operaties: Het plaatsen van de stands op een logische, aantrekkelijk locatie samen met andere standhouders	Uitgaande logistiek: Bezoekers die producten op de markt hebben gekocht	Marketing: Een marketingcampagne op onder andere Facebook en de radio moeten bezoekers stimuleren	Service: Verbinden van contacten. Wanneer een klant iets direct van een standhouder wilt kopen buiten de marktdagen		
Primaire activiteiten						

Relevantie

De resultaten en bevindingen zijn relevant voor de organisatie van de Moengo Markt. Het onderzoek geeft duidelijk inzicht van de waardeketen en wat de positieve of negatieve punten rondom de Moengo Markt zijn. Hier kan de organisatie van de Moengo Markt zich in de toekomst op richten en wellicht nieuwe ideeën toepassen om zo de markt nog beter te maken door nog meer agrariërs te stimuleren en nog meer bezoekers bij de Moengo Markt te betrekken.

5.2. Aanbevelingen

Deze paragraaf geeft enkele aanbevelingen weer, omtrent het verbeteren en efficiënter maken van de waardeketen van de Moengo Markt. Het betreft culturele en maatschappelijke aanbevelingen.

Dagrust

Suriname is een land dat gelegen is rondom de evenaar in het Amazone gebied, hierdoor is er een tropisch klimaat en is het er tussen de 28 °C en 35 °C jaarrond. Om deze hitte te mijden, staan de mensen vroeg op om te gaan werken. Dit houdt echter ook in dat men tussen 13:00 en 17:00 rust. De bedrijven, behalve de supermarkten, houden rekening met deze gewoonte door vroeg open te gaan en vroeg te sluiten. Elke week is het van belang dat de ondernemers worden gecontacteerd om deelname aan de Moengo Markt te vragen. Om geen tijd te verspillen is het verstandig om s'ochtends de ondernemers te contacteren. Hetzelfde geldt voor het maken van afspraken met het district commissariaat en het contacteren van sponsors.

Exclusieve producten

Exclusieve producten zijn meestal schaarse producten die populair zijn onder de bevolking, vis, vlees en groenteplanten behoren onder deze categorie. Het is mogelijk om vlees en vis in de supermarkt te kopen, echter is deze niet ingevroren en niet vers. Moengo is gelegen in de jungle, langs de Cotticarivier. Dit is een mogelijkheid om vis te vangen en wild te schieten. Exclusieve producten in combinatie met een goede marketing campagne trekken de mensen naar de markt, omdat de producten gewild en schaars zijn, en de bevolking op de hoogte is waar deze producten worden aangeboden. De extra hoeveelheid bezoekers die komen voor de exclusieve producten, zorgen tevens voor meer synergie. Uiteindelijk zal de gehele Moengo Markt hiervan profiteren.

Marktdagen en -tijden

In het verleden werd men elke twee weken op een vrijdag uitbetaald, maar vandaag de dag is dat verleden tijd. Tussen de 25^e en 31^e van elke maand, krijgt de bevolking haar salaris gestort. Dit zijn de tijden waarop de Moengo Markt het drukst wordt bezocht. Naarmate de maand vordert, neemt het vrijbesteedbare geld van de bevolking af. In deze tijden worden alleen de benodigde uitgaven gedaan. Er moet goed nagedacht worden over de tijden waarop de Moengo Markt wordt georganiseerd. De beste passende tijd is van half acht tot twaalf uur; hoewel de mannen aan het werk zijn, en de kinderen op school zijn, heeft de huisvrouw vrij. Zij heeft tijd om de eten te gaan kopen bij de Moengo Markt. Indien de markt op zaterdag georganiseerd wordt; hebben de kinderen en mannen ook vrij, dit resulteert in meer bezoekers.

Promotie via Facebook

Facebook is een goede bron om te gebruiken voor promotie. Uit onderzoek is het gebleken dat 59% van de Surinamers actief lid zijn op Facebook. Tevens geeft het platform de mogelijkheid allerlei foto's en video's snel te delen met al haar volgers. Het is mogelijk om de pagina betaald te promoten. Bij een betaalde promotie krijgt iedereen, de geplaatste advertentie te zien.

Bibliografie

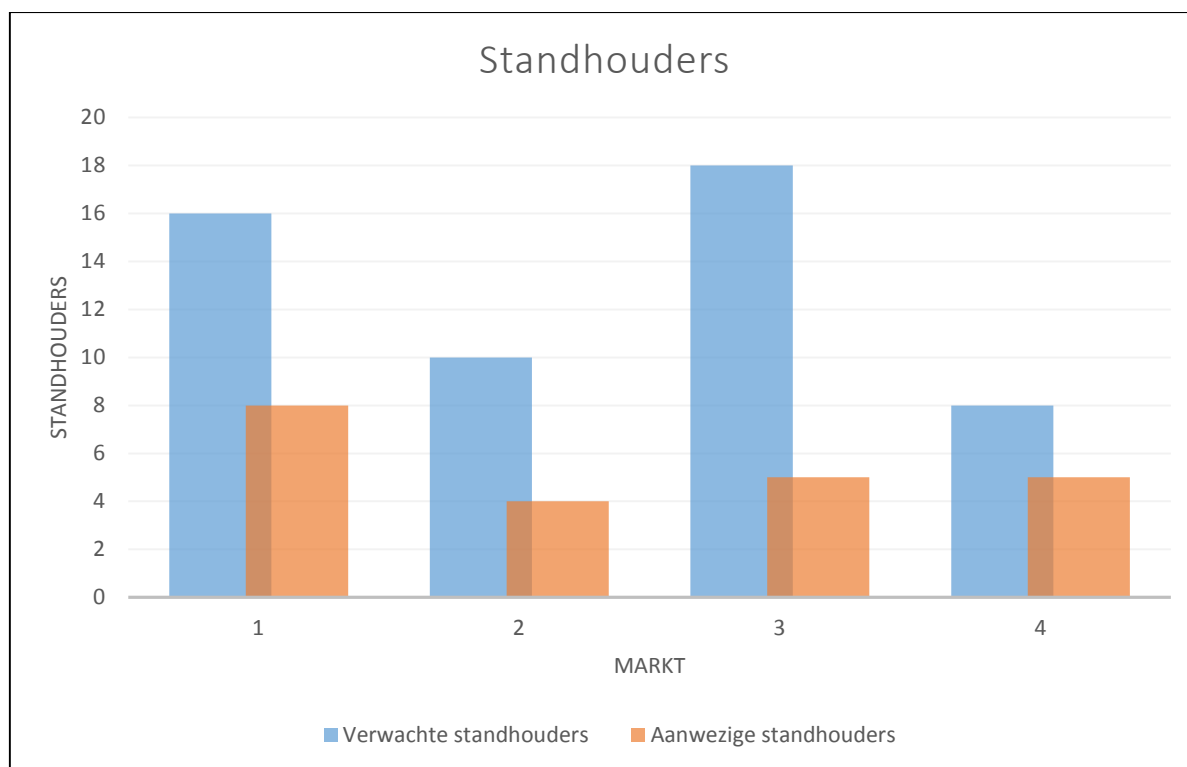
- Amatdaklan, M. (2018). Jongeren Moengo.
- Barclay, L. (2015). *Managing FDI for development in resource rich states*. UK: Palgrave Macmillan.
- Barron, G. (2018, Juli 29). Radiozending. (S. Zuurhout, & R. de Boer, Interviewers)
- Darson, R., & Kroesen, O. (2017). *Sure: Sustainable Rural Entrepreneurship*. Opgehaald van TU Delft:
<https://d1rkab7tlqy5f1.cloudfront.net/TBM/Over%20faculteit/Afdelingen/DCE/News/The%20SURE%20approach%20for%20Surinam.pdf>
- Daryanto, A. (2014, September 3). *Value chain analysis*. Opgehaald van Adelaide.edu:
<https://www.adelaide.edu.au/global-food/documents/dairy-production/9-value-chain-synthesis-analysis-ad.pdf>
- District Marowijne. (2008). *District Strategisch Ontwikkelingsplan*. Opgehaald van Decentralisatie:
http://decentralisatie.org/oldsite/20dlgp/c20_DSOP_Marowijne_rev.pdf
- Eelants, M. (2018). *Value Chain Porter*. Opgehaald van Strategischmarketingplan:
<https://www.strategischmarketingplan.com/marketingmodellen/value-chain-porter/>
- Encyclopaedia Britannica. (2018, Augustus 18). *McDonalds, American Corporation*. Opgehaald van Encyclopaedia Britannica : <https://www.britannica.com/topic/McDonalds>
- Greenport Marowijne. (2015, Oktober 28). *Klimaat Suriname*. Opgehaald van TU.Delft openresearch: <https://tudelft.openresearch.net/page/10695/klimaat-suriname>
- Greenport Marowijne. (2015, Oktober 29). *Nationale innovatie systemen analyse*. Opgehaald van TU.Delft open research: <https://tudelft.openresearch.net/page/11231/nationale-innovatie-systemen-analyse>
- IJsseldijk, H. (2012, April 2012). *Ontwikkelingsmogelijkheden Moengo*. Opgehaald van SOIL Masonkondre:
https://soilmasonkondre.files.wordpress.com/2013/01/ontwikkelingsmogelijkheden_moengo-3-0.pdf
- Klimaatinfo. (2018). *Suriname*. Opgehaald van Klimaatinfo:
<https://www.klimaatinfo.nl/suriname/>
- Leising, E. (2013). *Wie zijn wij*. Opgehaald van WUR:
https://www.wur.nl/upload_mm/5/1/0/e476552e-49cd-47c3-8b00-22a90bc31649_About%20SOIL%20for%20Interns%202013-2014.pdf
- Marowijne agri en foodbeurs. (2018, Januari 25). *Nieuwsbrieven*. Opgehaald van Marowijne agri en foodbeurs: <https://marowijneagrienvoedsbeurs.wordpress.com/nieuwsbrieven/>

- MCTL. (2018). *Optimale inzet computertechnologie ipv invulling informatievoorziening*. Opgehaald van MCTL: <http://www.mctl.nl/algemeen/uitgangspunt-2-optimale-inzet-computertechnologie-ipv-invulling-informatievoorziening.htm>
- medewerkster, A. b. (sd).
- Our world in data. (2013). *Food per person*. Opgehaald van Our world in data : <https://ourworldindata.org/food-per-person>
- Pinas, J. (2018, Augustus 22). Moengo Markt. (S. Zuurhout, & R. de Boer, Interviewers)
- Pinas, T. (2018, Juli 11). Beleving van de markt. (S. Zuurhout, Interviewer)
- Statcounter. (2018). *Social media statistics Suriname*. Opgehaald van Statcounter: <http://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/suriname>
- Stichting Planbureau Suriname. (2018, September). *Jaarplan 2018*. Opgehaald van Planning office Suriname: http://www.planningofficesuriname.com/wp-content/uploads/2018/01/Fin-Jaarplan_2018-V1_29_9_2017.pdf
- STVS Suriname. (2018, April 18). *Synchro Moengo Festival*. Opgehaald van Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=JpZqB248u5I>
- Suriname.nu. (2018). *Grondwet van de Republiek Suriname*. Opgehaald van Hoofdstuk XXIII Regionale Bevoegdheden: <http://www.suriname.nu/101alg/grondwet24.html>
- Unitednews. (2018, Maart 17). *Groei toerisme Suriname valt op de regio*. Opgehaald van Unitednews: <http://unitednews.sr/news/groei-toerisme-suriname-valt-op-de-regio/>
- UNstats. (2013, Mei). *Resultaten 8e Volks- en Woningtelling in Suriname*. Opgehaald van Algemeen Bureau voor de Statistiek: <https://unstats.un.org/unsd/demographic/sources/census/wphc/Suriname/SUR-Census2012-vol1.pdf>
- Valuta. (2018, September 9). *Surinaamse Dollar*. Opgehaald van Valuta.nl: https://www.valuta.nl/surinaamse_dollar
- van den Broek, B., van Cappellen, J., Lakeman, J., Sluijsmans, R., & Wiersum, R. (2008). *Herontwikkelingsplan Moengo*. Opgehaald van SOIL Masonkondre: <https://soilmasonkondre.files.wordpress.com/2013/04/herontwikkeling-moengo-2008.pdf>
- van Engen, G., & Meulenberg, Q. (2014, Oktober). *Inkomenswerving Marowijne*. Opgehaald van SOIL Masonkondre: <https://soilmasonkondre.files.wordpress.com/2013/01/eindrapport-inkomensverwerving-marowijne-geertje-van-engen-en-quirijn-meulenberg.pdf>
- van Maele, P. (2013, September 4). *nieuw leven voor een oude mijnstad*. Opgehaald van trouw: <https://www.trouw.nl/home/nieuw-leven-voor-een-oude-mijnstad~a74d10ed/>

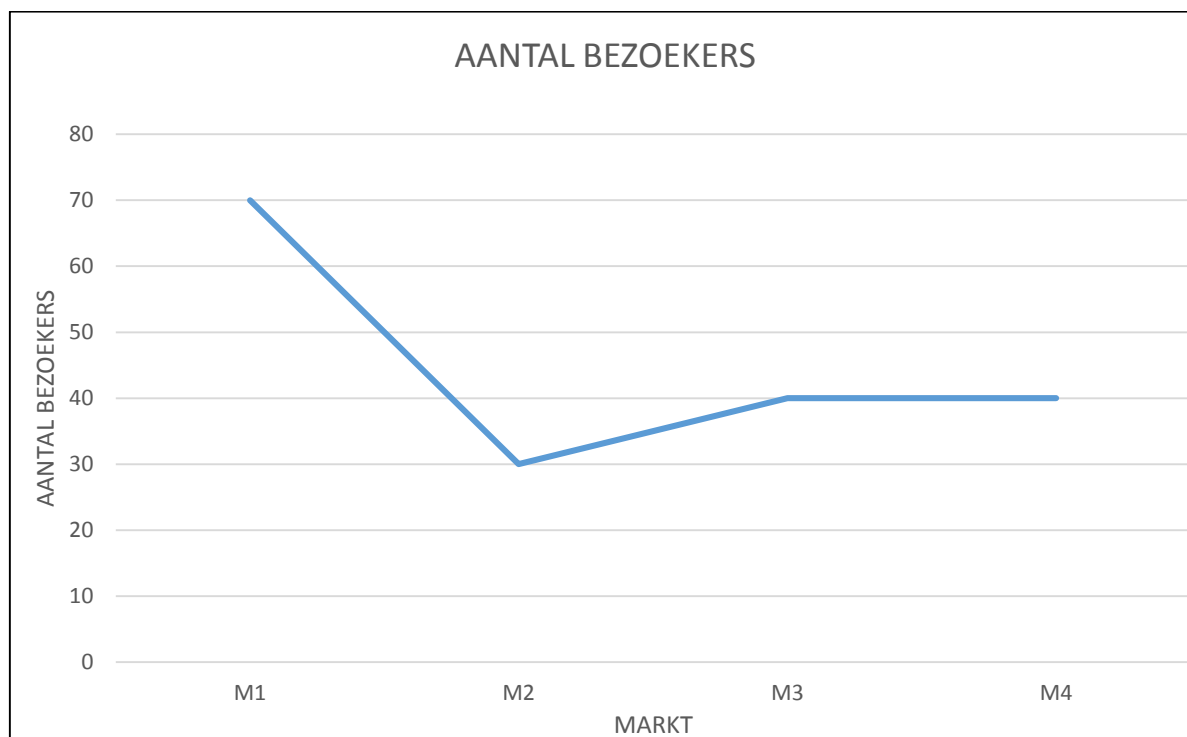
- van Maele, P. (2013, September 4). *Nieuw leven voor een oude mijnstad*. Opgehaald van Trouw: <https://www.trouw.nl/home/nieuw-leven-voor-een-oude-mijnstad~a74d10ed/>
- van Santen, G. (2017, Oktober 3). *Hoe bewaarden we ons voedsel voordat de koelkast bestond*. Opgehaald van Historiek: <https://historiek.net/hoe-bewaarden-we-ons-voedsel-voordat-de-koelkast-bestond/71564/>
- Waterkant. (2018, Augustus 15). *Moengo festival*. Opgehaald van Waterkant: <https://www.waterkant.net/suriname/2018/08/15/moengo-festival-van-17-augustus-tot-en-met-23-september-in-suriname/>
- Williams, A. (2013, Juni 23). *ndyuka-aukan-people-surinames*. Opgehaald van Trip Down Memory Lane: <https://kwekudee-tripdownmemorylane.blogspot.com/2013/06/ndyuka-aukan-people-surinames.html>
- Zuurhout, S. (2018). *Checklist Moengo Markt*. Moengo.

Bijlage I: Marktstatistieken

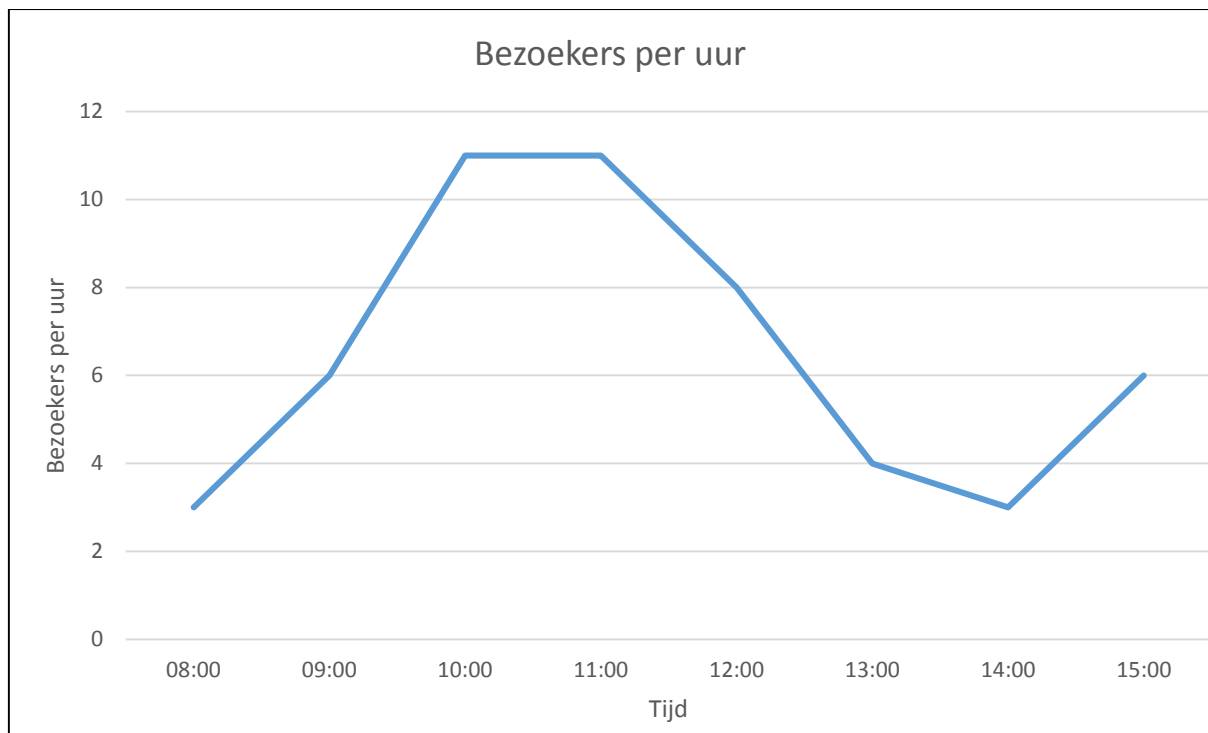
Dit hoofdstuk laat statistieken van de Moengo Markt zien, die op 3, 10, 17 en 24 augustus 2018 georganiseerd is. Dit hoofdstuk refereert naar paragraaf 3.1 Moengo Markt 2018 (Zuurhout, 2018).



figuur 4 Standhouders



figuur 5 Aantal bezoekers



figuur 6 Bezoekers per uur



Figuur 7 Toename 'vind-ik-leuks' op Facebook