

# INKOOP IN STRATEGISCH PERSPECTIEF

7e, geheel herziene druk gepresenteerd

---

Eind januari verscheen de zevende, lang verwachte, herziene druk van Inkoop in strategisch perspectief. Arjan van Weele sloeg daarbij de handen ineen met Jordie van Berkel-Schoonen en Gert Walhof. De Nederlandse 'inkoobjbel' is strak toegesneden op het hbo-onderwijs en de praktijk. Met behoud van het goede bleef geen steen op de andere.

**DOOR** FREEK ANDRIESSE\*

“Behalve ICT, is er geen ander vakgebied dat de afgelopen 25 jaar zo'n snelle ontwikkeling heeft doorgemaakt”, stelt hoogleraar Arjan van Weele. Hij kan daarover meepraten, want zijn professionele ontwikkeling en die van het inkoopvak lopen parallel. Met name in het grootbedrijf is inkoop sterk verankerd. De vraag is hier inmiddels niet meer of professionele inkoop toegevoegde waarde heeft, maar of inkoop door de sterke focus op kostenbeheersing niet zelf bezig is zowel opgebouwde waarde als haar geloofwaardigheid te vernietigen. Van Weele: “Echte businessgedreven in-

koop is nog een grote opgave. Ik stel vast dat we op een kantelpunt staan: kantelen we als inkoop door of kantelen we terug?”

We spreken Van Weele, Jordie van Berkel-Schoonen en Gert Walhof over de lang verwachte, nieuwe druk van het standaardwerk 'Inkoop in strategisch perspectief', die voor het eerst in co-productie tot stand is gekomen. Mag inkoop in het grootbedrijf dan vaste voet aan de grond hebben gekregen, in het mkb en de publieke sector is de take off van recente datum. Van Weele: “De



V.l.n.r. Gert Walhof, Arjan van Weele en Jordie van Berkel-Schoonen presenteren het eerste exemplaar van de geheel herziene druk van 'Inkoop in Strategisch Perspectief' aan Erik de Bruine, algemeen directeur NEVI.

regelgeving is zo complex, en daardoor zo lastig te hanteren, dat je daar hooggekwalificeerde publieke inkoopprofessionals voor nodig hebt.”

Co-auteur Walhof is het daar roerend mee eens. Hij pleit in navolging van het Verenigd Koninkrijk voor een assessment van alle overheidsinkopers en in aansluiting daarop voor certificering.

Toen de eerste druk van 'Inkoop in strategisch perspectief. Analyse, strategie, planning en praktijk' in 1988 op de markt kwam, had de jonge marketingdocent Van Weele niet kunnen bevroeden

dat het niet alleen de Nederlandse inkoopbijbel zou worden, maar ook een eclatant exportsucces.

Van de zes drukken tot nu toe gingen er in Nederland zo'n 45.000 over de toonbank, en het leerboek werd in vele talen vertaald, waaronder in het Chinees. De zesde druk dateert van 2008. Hij kreeg er zelfs jaren later naar eigen zeggen weinig inhoudelijke opmerkingen over. De verkopen van dit, primair op het academisch onderwijs gerichte leerboek, liepen echter terug omdat universiteiten in toenemende mate overgaan op Engels-

talige vakliteratuur. De hbo-instellingen op hun beurt hikken aan tegen het academisch gehalte en de hoge informatie-dichtheid van het lesboek.

### DRIE AUTEURS

Op zich was het omschrijven naar de hbo-doelgroep een optie, maar Van Weele wilde dat niet gezien de hoeveelheid werk die dat met zich mee zou brengen. 'Is het een idee als je voor de zevende druk de handen ineenslaat met een of meerdere co-auteurs?', stelde uitgever Vakmedianet daarom voor. Samen met Gert Walhof, lector inkoop-

>>



**MEER WETEN?**

Meer informatie over het boek: zie [www.inkoopinstrategischperspectief.nl](http://www.inkoopinstrategischperspectief.nl)

management aan de Hanzehogeschool Groningen, en Jordie van Berkel-Schoonen, transitiemanager inkoop en cpo a.i., werkte Van Weele de afgelopen anderhalf jaar aan een nieuwe druk die recent officieel werd gepresenteerd. Het creatieproces is Van Weele goed bevallen. Zo goed dat hij geen enkel boek meer alleen zou willen schrijven.

**VERANDERINGEN**

De titel is niet veranderd, omdat Inkoop in strategisch perspectief inmiddels een merknaam is. De nieuwe ondertitel is een stuk minder zakelijk dan de oorspronkelijke. ‘Shoppen voor professionals’ heet het nu. Daarmee willen de auteurs aangeven dat de inkoopmaterie ook voor niet-ingewijden toegankelijk is gemaakt. Shoppen doet per slot van rekening iedereen.

Maar er is meer veranderd dan alleen de ondertitel, to say the least. De zevende druk is dunner, 350 pagina’s tegen bijna 500 in de zesde, en bevat tien hoofdstukken tegen 17 in de vorige druk. Het boek is ook rijkelijker geïllustreerd

met niet alleen schema’s en overzichten, maar voor het eerst ook met foto’s. Van Weele vindt niet alleen dat zijn boeken ‘lekker in de hand moeten liggen’, maar ook een marketing ‘look and feel’ moeten hebben, zoals Amerikaanse lesboeken dat vaak hebben. Tot nu toe was dat laatste met zijn bekendste inkoopboek niet het geval. Met de zevende druk is die wens in vervulling gegaan.

Dat alles valt direct op als je de nieuwe druk doorbladert. Qua inhoud is, met behoud van het goede, geen steen op de andere gebleven. Het boek is strak toegesneden op het hbo-onderwijs en de praktijk. Elk hoofdstuk start met een actuele casus, evenwichtig verdeeld over de private en publieke sector. Die evenwichtige verdeling heeft alles te maken met de uitgangspunten van het nieuwe boek. “Inkoop is een vak waarvoor speciale competenties nodig zijn, maar die verschillen in de kern niet tussen de private en publieke sector”, licht Jordie van Berkel-Schoonen toe.

**FOCUS OP INKOOPFUNCTIE**

Tot nu toe was Inkoop in strategisch perspectief vooral toegesneden op de private sector en werd in een apart hoofdstuk aandacht besteed aan inkoop in de publieke sector. De nieuwe druk is in die zin aanzienlijk strakker geworden: de kern van inkoop, de status quo wat betreft kennis en ervaring in tekst en modellen. De focus ligt sterk op de inkoopfunctie als zodanig: wat is nodig om goed in te kopen? Hóe je het dan precies doet, is sector- en situatieafhankelijk en wordt niet behandeld.

De zevende druk is dus weliswaar een laagdrempelig leerboek voor praktisch ingestelde hbo-studenten en praktijkprofessionals, maar gaat veeleer over het ‘waarom’ dan over het ‘hoe’. Het is geen

how-to-do-inkoophandboek met tips en trucs. Naast het boek komen er, afhankelijk van de behoeften in het hbo-onderwijs, online specials. De eerste drie over inkoop in de publieke sector, onderhandelen, supply chain en logistiek staan al op stapel. Voor die specials worden, al dan niet in samenwerking met de auteurs, externe specialisten ingeschakeld.

**CYCLISCH INKOOPMODEL**

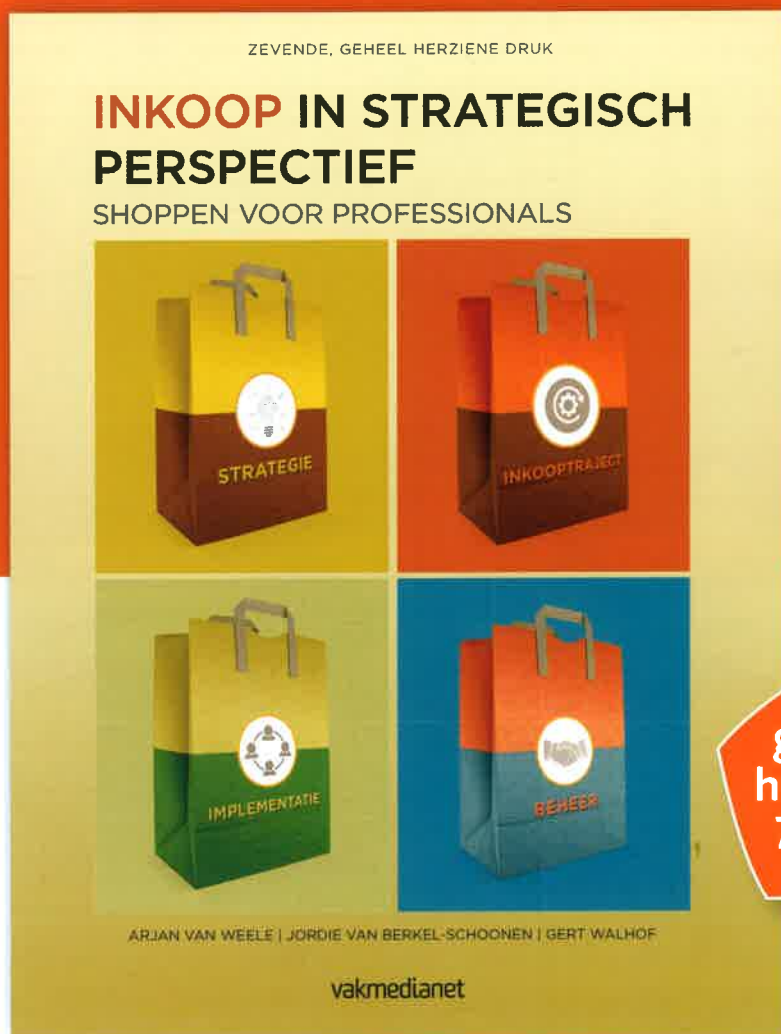
Opvallend is ook dat het boek een onverbiddelijk strakke structuur heeft gekregen. “Al pratend kwam een andere opzet op tafel”, vertelt Arjan van Weele. “De back bone is een cyclisch inkoopmodel dat Jordie al een tijd gebruikte en dat zich in de praktijk heeft bewezen. Een mooi uitgangspunt, omdat het inkoopproces geen einde heeft.” De auteurs onderscheiden vier fasen in dat model: strategiebepaling, inkooptraject, implementatie en beheer. In de beheerfase hebben contract- en leveranciersmanagement een volwaardige plek in het boek gekregen. Daarnaast onderscheiden de auteurs risicomangement en stakeholdermanagement als voorwaardenscheppende activiteiten. Wat dat laatste betreft heeft de praktijk namelijk inmiddels wel geleerd dat je als inkoper het gelijk wel aan je zijde kunt hebben, maar dat het niet automatisch betekent dat je ook gelijk krijgt.

Van Weele vond ‘de zesde, de beste’, maar voegt daar direct aan toe dat het beste boek altijd tijd- en contextgebonden is. “In Jordie en Gert heb ik vakprofessionals gevonden die dit op hun manier kunnen doorzetten. Daarom is de zevende druk ook anders geworden. We zijn samen een nieuwe leercurve opgesprongen.”

\*Freek Andriessse is freelance journalist en adjunct-hoofdredacteur van Deal!



Een must read voor iedereen die inkoop professioneel in zijn of haar organisatie wil verankeren!



geheel  
herziene  
7<sup>e</sup> druk

Dit boek bouwt voort op *Inkoop in strategisch perspectief*, het leerboek dat jarenlang leidend is geweest in het hbo en het academisch onderwijs. Deze nieuwe editie bespreekt de inkoopfunctie op eigentijdse wijze. De focus ligt op inkopen voor organisaties.

Dit boek beoogt inkoop als bedrijfsfunctie krachtig te positioneren binnen organisaties – of het nu gaat om industrie, handel, zorg of overheid. Het biedt houvast aan eenieder die voor het eerst met inkoop te maken heeft. Voor diegenen die met inkoop bekend zijn, geeft het een update over belangrijke ontwikkelingen en concepten.

**OVER HET BOEK:**

- ✓ Geheel herziene, 7e druk
- ✓ Inclusief online omgeving met exclusieve content
- ✓ Focus op inkopen voor organisaties

**Bestel eenvoudig online:**

[WWW.INKOOPINSTRATEGISCHPERSPECTIEF.NL](http://WWW.INKOOPINSTRATEGISCHPERSPECTIEF.NL)