

## Preview

# Inkoop in strategisch perspectief - herziene editie

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



**D**eze editie richt zich vooral op inkoopprofessionals en studenten van het hoger beroepsonderwijs. 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. Inkoop is als functie niet los te zien van de organisatie als geheel. Inkoop heeft eenvoudigweg gezegd betrekking op alle activiteiten die door derden op basis van een contract worden uitgevoerd. Het domein van inkoop omvat dus alle relaties en verplichtingen die een organisatie aangaat met leveranciers en dienstverleners. Hiermee levert inkoop een grote bijdrage aan het organisatieresultaat. Groter dan menig andere afdeling. De focus van inkoop is gericht op het begrijpen van wat een organisatie nodig heeft (kwaliteit) en het bieden van ondersteuning bij het vinden van de beste leverancier. En dat zodanig dat alles op tijd en zonder klachten wordt geleverd. Inkoop heeft ook een belangrijke taak in het voorkomen en terugdringen van verspillingen: waar wordt in de relatie met leveranciers inefficiënt gewerkt en waar kunnen we efficiency en de aansturing verbeteren? Dit vanuit de Japanse gedachte dat als een bedrijf focust op verbetering van de kwaliteit, dat altijd leidt tot lagere kosten. Ook de rol van inkoop bij het creëren van waarde wordt steeds belangrijker. Hoe kan inkoop bijdragen aan het ontwikkelen van het businessmodel en klantwaarde en maatschappelijke waarde vergroten?

Een goede inkoopafdeling kent de visie en strategie van de organisatie en onderhoudt uitstekende relaties met alle afdelingen. Dit doet zij door helder en open te communiceren en goed te luisteren naar wat nodig is. Door haar professe en toegevoegde waarde verleidt zij de organisatie om samen te werken en vertaalt dit naar passende product- en leveranciersoplossingen. Een professionele inkoopafdeling beschikt over het vermogen aanjager te zijn van

duurzaamheid en innovatie en beschikt ook over de daadkracht dit te realiseren. Goed inkopen is niet eenvoudig. Zeker niet in grotere organisaties. Dat komt omdat veel managers en medewerkers het erg leuk vinden, zelf in te kopen. En dan bij voorkeur zonder lastige inkopers! Dit resulteert niet zelden in een overvloed aan producten en leveranciers en een overvloed aan administratief werk. Immers: alle leveranciers moeten worden betaald. Facturen en leveringen moeten worden gecontroleerd, voordat de leverancier wordt betaald. Een middelgrote organisatie koopt vaak duizenden producten en diensten in, beschikt over honderden leveranciers, met daaruit voortvloeiend de afwikkeling van tienduizenden documenten. De transactiekosten in een organisatie waar managers zelf inkopen, zijn erg hoog. De inkoop-prijzen zijn dat ook. Professioneel inkopen richt zich op het standaardiseren van producten en diensten, en het terugbrengen van het aantal leveranciers waarmee heldere contracten worden afgesloten. Inkoopprofessionals moeten ook zorgen voor goede procedures en handige werkwijzen voor het bestellen van artikelen door de organisatie en het betalen van leveranciers. *Inkoop in strategisch perspectief* is geschreven vanuit een strategisch perspectief. Wij nemen de lezer stapsgewijs mee door de thema's die relevant zijn voor een professionele inkoopfunctie binnen organisaties. Wij schetsen theoretische kaders, waarbij we met name inzoomen op 'waarom'- en 'wat'-vragen. De 'waarom'-vragen vergroten uw inzicht in de thematiek en ondersteunen u. De 'wat'-vragen vergroten uw kennis. ¶

**INKOOP IN STRATEGISCH PERSPECTIEF**  
Arjan van Weele, Jordie van Berkel-Schoonen, Gert Walhof

Gebonden, 343 blz., 7e druk, 2017,  
Vakmedianet, 9789462155183

**€ 52,00**

Coach jezelf naar meer inzicht, geluk en effectiviteit



## GRATIS SABBATICAL

In plaats van met je hoofd onder de kroon te kruipen, je huis te verbouwen door Azië te reizen, kun je beter aan de slag gaan met vragen stellen. Gewoon thuis of op vakantie. *Instant sabbatical* is jouw reisgids, tegelijk en helpt je om de rust te bedenken hoe je verder wilt. Dit werkboek vind je beproefd door oefeningen van topcoaches. Jij kiest welk thema voor jou het meest relevant is. Je leert jezelf beter kennen en stellen en komt zo in actie.

Wij verloten 5 exemplaren van *Instant sabbatical* onder de lezers van *Managementboek Magazine*. Meeding voor 10 maart een mailtje naar [managementboek.nl](http://managementboek.nl) o.v.v. S. De redactie verloot de boeker inzenders.

## Verboden vruchten

**BOEKENWEEK**  
25 MAART - 2 APRIL

Bij elke bestelling van ten minste € 12,50 aan Nederlandstalige boeken krijgt u het Boekenweekgeschenk *Makkelijk leven* door Herman Koch cadeau.