

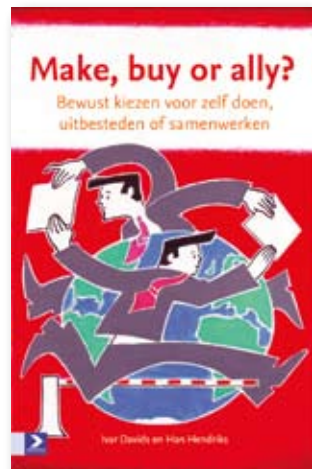
MANAGEMENTBOEK

Strategische sourcing

Bedrijven besteden steeds meer activiteiten uit en richten zich op hun corebusiness. Maar als deze bedrijfsactiviteit te eng is gedefinieerd, dan worden bedrijven kwetsbaar in economisch mindere tijden. Het boek 'Make, Buy or Ally? Bewust kiezen voor zelf doen, uitbesteden of samenwerken' komt dan ook op een goed moment. De auteurs Ivar Davids en Han Hendriks, beiden werkzaam bij inkoopadviesbureau Kirkman Company, beperken zich niet tot het vraagstuk van al dan niet uitbesteden van een bedrijfsactiviteit. Ze gaan helemaal terug naar de basis en beginnen met de strategiedefinitie, de keuze tussen operationele uitmuntendheid, productleiderschap of *customer intimacy*. Op zich is deze fundamentele aanpak van een boek dat op het eerste gezicht over inkoop lijkt te gaan wel een verademing. Het gepresenteerde model *Strategic Sourcing Framework* geeft een heldere aanpak voor het vraagstuk van uitbesteding, maar het hinderlijk terugkerende copyrightsymbol bij dit model verraadt dat het boek eigenlijk een grote marketingactie van de auteurs is.

Dat neemt niet weg dat dit boek zeker de moeite waard is. Voor dit boek hebben de auteurs negen bedrijven geïnterviewd: Bavaria, Agis Zorgverzekeringen, Damen Shipyards, Donkervoort, DSM, KPN, Postkantoren, Suitsupply en Vopak. Onder andere aan de hand van deze

interviews illustreren ze het verschil tussen een traditionele multinational en een zogenaamde *flat world company*, een flexibel bedrijf met relatief weinig eigen activa dat wereldwijd opereert via samenwerkingsverbanden. Ondanks de bedrijfsinterviews van de negen bedrijven hebben de auteurs ervoor gekozen daarnaast TomTom en ABN Amro als uitgebreid voorbeeld te gebruiken. Helaas laten ze nauwelijks nieuw licht op deze cases schijnen en geven ze bij ABN Amro zelfs een achterhaalde analyse. Een tweede druk of meer uitvoerige en onafhankelijke benadering zou van dit boek een echte aanrader maken. [ML]



'*Make, Buy or Ally?*' (2008), door Ivar Davids en Han Hendriks. Uitgeverij Academic Service, 130 blz., € 26,95

Oordeel: ★★★★★

DUMMIE-REEKS

Inkopen voor dummies

In begrijpelijke taal, zoals niet anders verwacht van een

dummies-exemplaar, worden de basisbegrippen van het inkoopproces uitgelegd: inkoopbeleid, inkoopstructuren, tactisch inkopen, uitvoeren en beheren van inkoop en strategische beslissingen (outsourcing, e-procurement en inkoopsamenwerking), alle onderwerpen komen aan bod. De werkervaring van de auteur, als directeur van zijn eigen adviesbureau, inkoopmanager en consultant, komt duidelijk naar voren in de "tips" en "pas-op's".

'Inkopen voor dummies' is handig voor wie in korte tijd een samenvatting wil lezen over alles wat met inkoop te maken heeft. Vooral degenen die net in aanraking komen met het inkoopproces en een startpunt willen hebben om zich hierin te verdiepen, zullen veel hebben aan de handige lijstjes en de bronnen voor verder lezen en surfen over inkoop. Ook geschikt als naslagwerk voor de ervaren inkoper. Wellicht kweekt het boek meer begrip voor de afdeling Inkoop en de strategische belangen en beslissingen

die hiermee zijn gemoeid, en bereikt de auteur hiermee precies het doel van zijn boek.

Wie een meer specifieke wens heeft om kennis van inkoopmodellen en de rol van inkoop binnen supply chain management te verkrijgen, kiest wellicht een andere titel. Dit is bewust niet opgenomen in de inhoud van het boek. [IE]



'*Inkopen voor dummies*' (2008), door Peter Streefkerk. Uitgeverij Pearson Education Benelux, 360 blz., € 27,95

Oordeel: ★★★★★

RECENSIES INSTUREN

Inspiratie opgedaan?



Heeft u de afgelopen tijd een fascinerend boek gelezen, dat u in uw werk heeft geïnspireerd? Of een film gezien, die u op ideeën heeft gebracht? Laat de redactie weten uit welke roman, managementboek, tijdschrift, film, documentaire, tv-programma of (pc-)game u inspiratie heeft opgedaan door een e-mail te sturen naar: redactiescm@springeruitgeverij.nl.