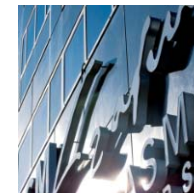
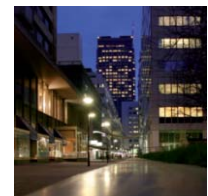


Paradigmashift in inkoopwetenschap?

25 juni 2015

DR ERIK M VAN RAAIJ

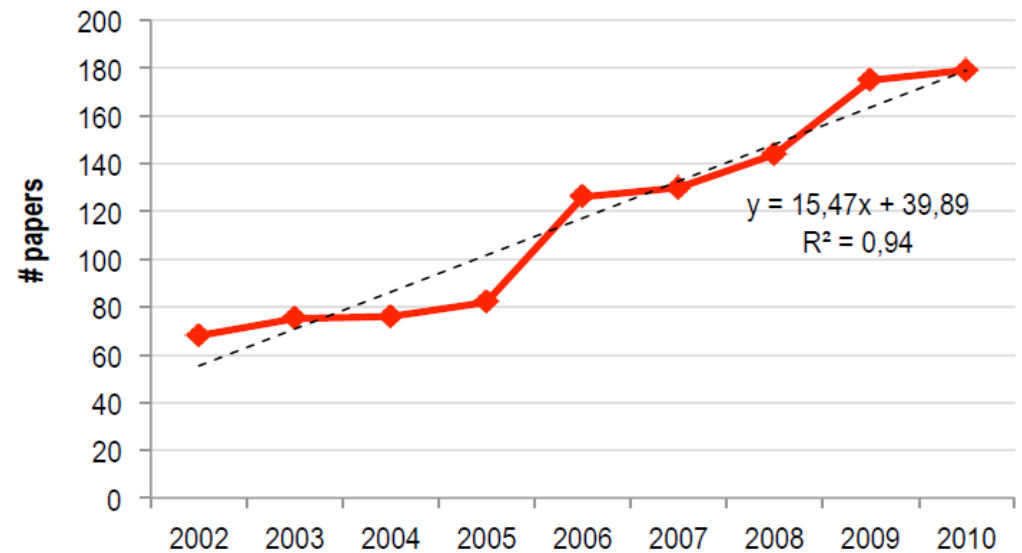
eraaij@rsm.nl



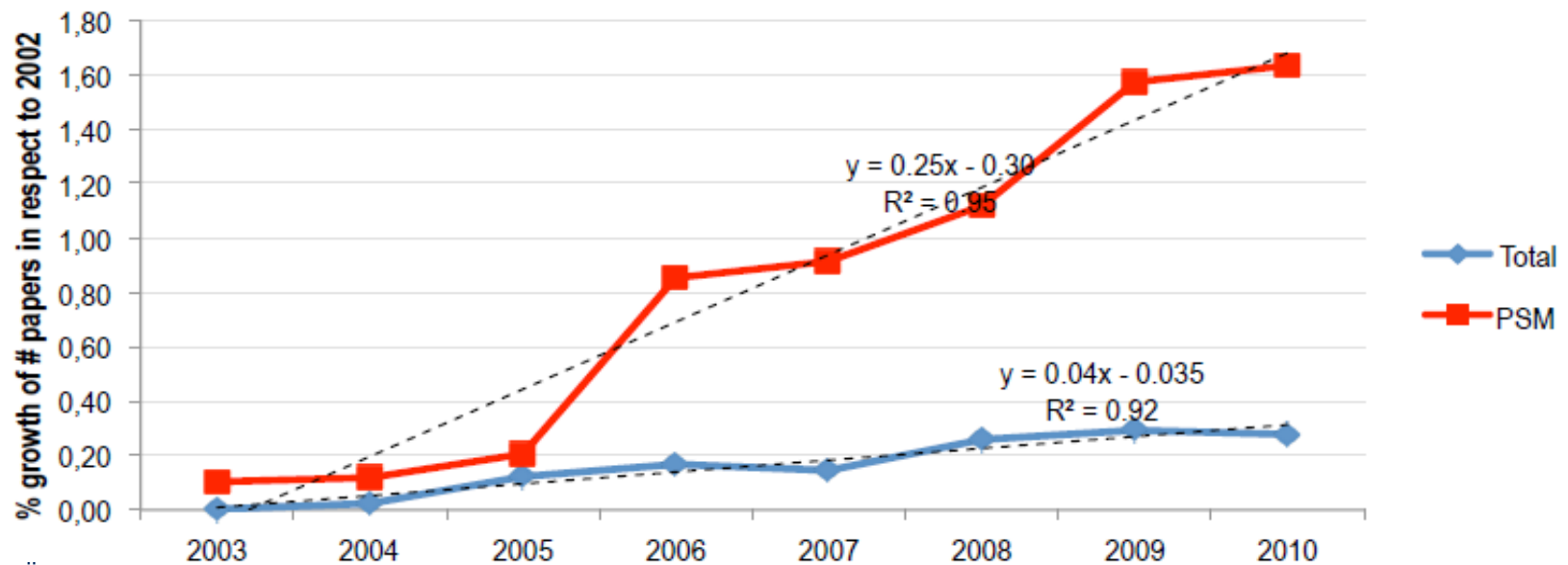


Groei in wetenschappelijke artikelen over inkoopmanagement

PSM papers



% Growth in publications





Groeiende aandacht voor theorie

G. Spina et al. / *Industrial Marketing Management* 42 (2013) 1202–1212

1209

Table 7
Absolute trend of theories (absolute # of papers).

Theory	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Total
Transaction-cost economics	3	4	1		9	9	7	11	15	59
Resource-based view of the firm	2	2			3	3	6	3	8	27
Knowledge-based theory of the firm					1		2	2	7	12
Contingency theory	1					1	6	1	1	10
Game theory					2	1	1	3	1	8
Resource dependency theory				1	1	2	1	1		6
Social exchange theory					1			3	1	5
Agency theory					1	1		1	1	4
Institutional theory						1		2	1	4
Social network theory					1	1	1			3
Information processing theory					1	1				2
Critical realism theory								1		1
Dynamic capabilities							1			1
Multi-attribute utility theory						1				1
Organizational culture theory						1				1
Real options theory							1			1
Social capital theory							1			1
Total	6	6	1	1	20	22	27	28	35	146



Wordt inkoop een volwassen discipline?

Ja:

- Aandeel “voorwetenschappelijke” beschrijvende onderzoeken daalt
- Steeds meer aandacht voor theorie
- Aandeel theorietoetsende onderzoeken stijgt
- Aandeel inkoopartikelen in meer algemene tijdschriften stijgt
- Wetenschappelijke reputatie van inkoop tijdschriften stijgt

Nee, nog niet:

- Nog weinig kruisreferenties tussen inkoop en andere vakgebieden
- Nauwelijks “eigen” inkooptheorie
- Veel kopiëren van andere vakgebieden (psychologie, marketing, economie) terwijl dat niet altijd past.



Motivaties achter relatiemanagement in de keten (1/2)

- Motivatie 1: (Angst voor) opportunisme
- De mens wordt gedreven door “self-interest seeking with guile”: Op slinkse wijze het eigen belang maximaliseren.
- Als je gelooft dat dit de kern is van het menselijk handelen (van de ander), dan zijn dit de instrumenten:
 - Het optuigen van het ideale **contract**
 - Met de **prikkels** (“incentives”) om het eigen belang van de ander in lijn te krijgen met ons belang
 - En investering in **controle** (“monitoring”) van het gedrag en/of de prestaties van de ander.



Motivaties achter relatiemanagement in de keten (2/2)

- Motivatie 2: “Stewardship”
- De mens wordt gedreven door zorg voor het collectief (“stewardship”) en zoekt groei en ontwikkeling. De mens is echter beperkt competent.
- Als je gelooft dat dit de kern is van het menselijk handelen (van de ander), dan zijn dit de instrumenten:
 - Het optuigen van de ideale **relatie**
 - Met gebruik van de **dialogoog** om aan elkaar uit te leggen wat je nastreeft
 - En investering in wederzijds **vertrouwen**.



Wat is het meest herkenbaar?

Opportunisme

- Contract
- Prikkels / incentives
- Controle / monitoring

- Focus op eigen deel van de taart

Stewardship

- Relatie
- Dialoog
- Wederzijds vertrouwen

- Focus op de grootte van de taart



Beide extremen staan op gespannen voet

Als de inkoper de ander ziet als...

Opportunist

Steward

Opportunist

Als de leverancier zich gedraagt als...

Steward

Nadruk op minimaliseren van kosten middels contract	Inkoper is boos en voelt zich verraden
Leverancier raakt gefrustreerd en voelt zich onnodig gecontroleerd	Nadruk op maximaliseren van waarde middels relatie

Gebaseerd op:
Davis et al. (1997)



Optimaal vertrouwen

(Bron: Stevens et al., 2015)

