

Inkoper en toeleverancier profiteren van maatschappelijk verantwoord inkopen

Kostenbesparing en meer innovatie

Maatschappelijk verantwoord inkopen leidt tot een kostenverlaging en meer productinnovatie. Dat blijkt uit een onderzoek van de Erasmus Universiteit onder strategische inkopers die in 2008 de ESEF hebben bezocht. Op woensdag 10 maart vindt er op de ESEF een seminar over dit onderwerp plaats. Zaken als ketenverantwoordelijkheid, de stand van zaken in Nederland en andere gerelateerde onderwerpen passeren de revue. Ook gaan de deelnemers in kleinere groepen met elkaar aan de slag door middel van rondetafeldiscussies.

Dr. Erik van Raaij, universitair docent Purchasing & Supply Management aan Rotterdam School of Management (Erasmus Universiteit) en onderzoeker Mathijs Eefting vinden de uitkomsten van het onderzoek belangrijk. Eerder is dit effect namelijk in de VS aangetoond, nu voor het eerst in een ander land. Met maatschappelijk verantwoord inkopen bedoelen de Rotterdamse onderzoekers dat bedrijven zodanig inkopen dat de negatieve impact van de economische activiteiten in toeleverketens op huidige en toekomstige generaties minimaal is. Dit is een bredere definitie dan die de overheid hanteert.

Effect op productinnovatie

Mathijs Eefting heeft het onderzoek uitgevoerd. Uit zijn analyse blijkt dat de bedrijven inderdaad voordeel halen uit hun maatschappelijk verantwoord inkoopgedrag. Er vindt meer kennisdeling plaats tussen toeleverancier en inkooporganisatie. Dat

heeft een duidelijk positief effect op de productinnovatie bij de inkopende organisatie. Hij heeft nog een tweede effect gevonden. In lichte mate oordelen deze inkopers positiever over hun leveranciers. De supplier performance verbetert in de ogen van het inkopende bedrijf. Mathijs Eefting: 'Dat zit met name in het op tijd aanleveren en de betrouwbaarheid van de toeleverancier.' Uiteindelijk, zo constateert hij in zijn onderzoek, heeft maatschappelijk verantwoord inkopen een positief effect op de kosten. 'De kosten voor het inkopend bedrijf worden gereduceerd, mits je kennisdeling meeneemt. Dat is een belangrijke tweede stap en komt voornamelijk door de verhoogde performance evaluatie van de toeleverancier door de inkoper.'

Vooroordeel doorbroken

Erik van Raaij is niet verrast door de uitkomst van dit onderzoek, maar denkt dat veel mensen in het veld dit

wel zullen zijn. Vaak worden dit soort thema's geassocieerd met juist hogere kosten, denk maar aan Max Havelaar koffie of biologisch geteeld vlees. De resultaten van deze studie doorbreken deze vooroordelen als het om industriële inkopers gaat. Hij vindt het wel verklaarbaar dat de inkopende partij uiteindelijk tot een kostenreductie komt en de supplier performance verbetert. 'Het initiatief ligt hier echt bij de inkoper, die meer en dieper in gesprek moet gaan met de toeleverancier. Dan ontstaan er sneller ideeën voor innovatie en mogelijkheden voor kostenreducties komen vanzelf boven.' Hier liggen dan ook kansen voor beide partijen. Erik van Raaij: 'Nu er in deze tijd zo'n enorme druk staat op kostenverlagingen, zou je denken dat dit op gespannen voet staat met het maatschappelijk verantwoord inkopen. Daarom is het zo leuk dat we in dit onderzoek aantonen dat je daarmee juist de kosten kunt verlagen.'





Uit de analyse van Mathijs Eefling blijkt dat de bedrijven inderdaad voordeel halen uit hun maatschappelijk verantwoord inkoopgedrag. Er vindt meer kennisdeling plaats tussen toeleverancier en inkooporganisatie. Dat heeft een duidelijk positief effect op de productinnovatie bij de inkoopende organisatie.