

DEAL!-NEVI INKOOPONDERZOEK 2024 'AMBITIE IN INKOOP'

WAARDECREATIE IN ONZEKERE TIJDEN

Onzekerheid is inmiddels de enige zekerheid die we hebben. In deze turbulente context worden hoge eisen gesteld aan de inkoopprofessional. Topprioriteiten zijn stijgende inkoopkosten, kwaliteit en tijdige beschikbaarheid van producten. Naast deze klassieke terreinen van waardecreatie nemen ook de eisen op het gebied van verduurzaming en risicomanagement toe.

Voor de zesde keer organiseerde de redactie van Deal! Magazine over Inkoop en Supply Management samen met kennisnetwerk Nevi het tweejaarlijkse nationaal inkooponderzoek 'Ambitie in Inkoop'. 372 inkoopprofessionals beantwoordden alle vragen in het onlineonderzoek. In dit artikel presenteren we de resultaten kernachtig en vooral visueel. Dat doen we aan de hand van de volgende thema's:

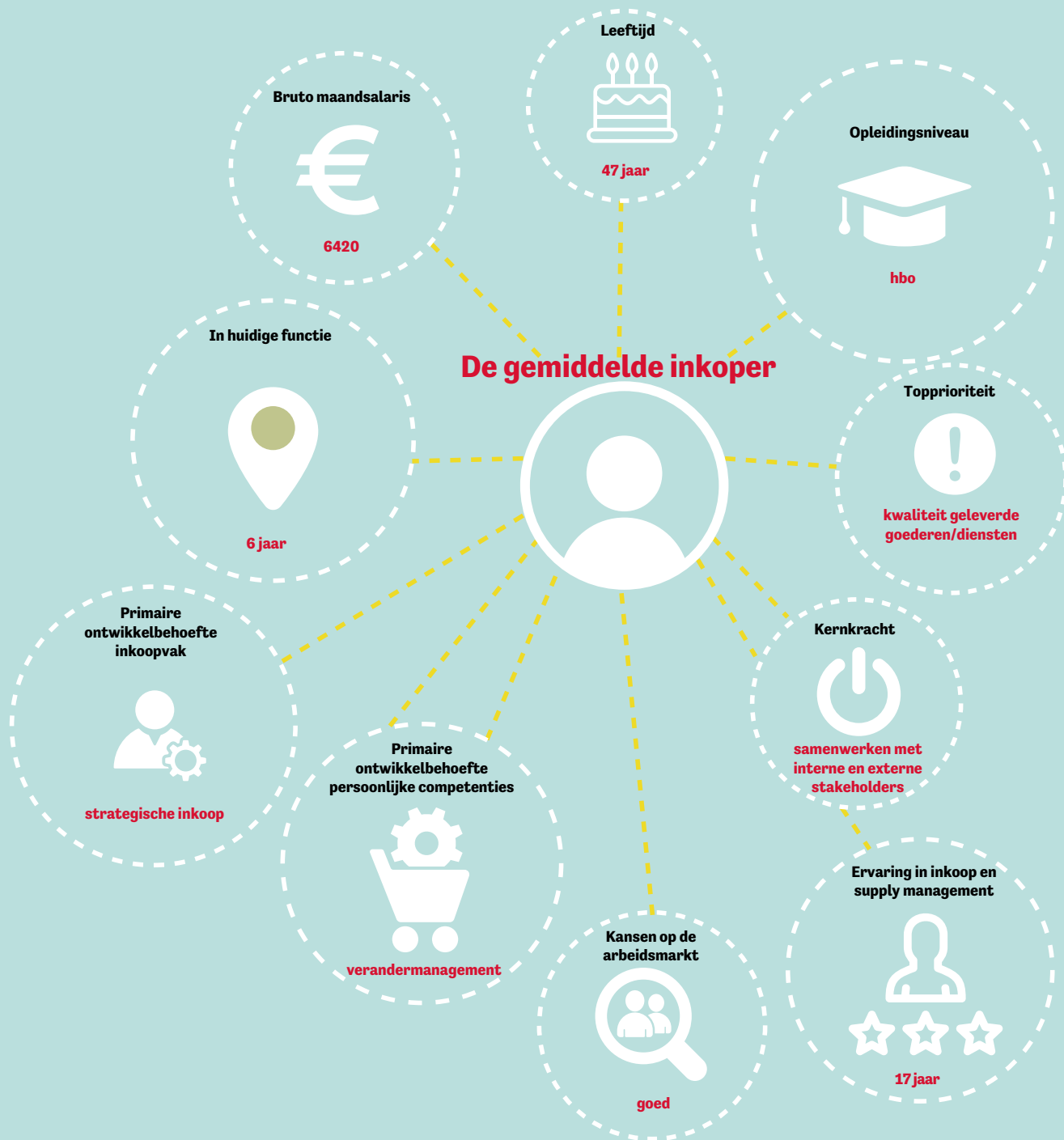
1. Baan, baas & collega's
2. Employability & arbeidsmarkt
3. Inkomen & secundaire arbeidsvoorwaarden
4. Onderwerpen die hot & not (so) hot zijn
5. Waar inkoopprofessionals trots op zijn

DE GEMIDDELDE INKOPER

De gemiddelde inkoper (m/v) is hoogopgeleid, 47 jaar, heeft 17 jaar ervaring in het inkoopvak en verdient 6420 euro per maand. De kansen op de arbeidsmarkt zijn behoorlijk goed te noemen. Deze professional wil zich op persoonlijk vlak graag verder ontwikkelen in verandermanagement, en op vakgebied in strategische inkoop. Kernkracht is samenwerken met interne en externe stakeholders. Zie bovenaan de pagina hiernaast het overzicht.

SPOTLIGHT OP DE SECTOREN: INDUSTRIE, (SEMI)OVERHEID EN ZORG

Hoewel inkopers bij de (semi)overheid, in de zorg en in de industrie veelal voor dezelfde uitdagingen staan, ongeveer evenveel ervaring hebben en er geen grote verschillen in opleidingsniveau zijn, bestaan er aanzienlijke verschillen in honorering. Met name het brutomaandsalaris in de zorg blijft behoorlijk achter bij dat in de publieke sector, en vooral bij dat in de industrie. Zorginstellingen hebben daardoor de grootste moeite om inkoopprofessionals aan te trekken.



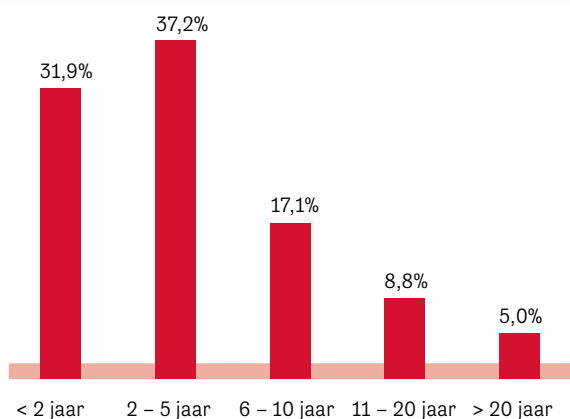
	OVERHEIDSINKOPER	ZORGINKOPER	INKOPER IN DE INDUSTRIE
Brutomaandsalaris	6201 euro	5146 euro	7007 euro
Leeftijd	46,2 jaar	45,9 jaar	47,2 jaar
Opleidingsniveau	Overwegend (post-)hbo, relatief veel wo, relatief weinig mbo	Sterk overwegend (post-)hbo, relatief weinig wo en mbo	Overwegend (post-)hbo, relatief veel mbo
Topprioriteit	Kwaliteit geleverde goederen/diensten	Kwaliteit geleverde goederen/diensten	Stijgende inkoopkosten
Ervaring in inkoop en supply management	14 jaar	16 jaar	19 jaar
Kansen op de arbeidsmarkt	Goed	Goed	Goed
Primaire ontwikkelbehoefte persoonlijke competenties	Verandermanagement	Leiderschap, verandermanagement	Leiderschap
Primaire ontwikkelbehoefte inkoopvak	Strategische inkoop	Strategische inkoop	Strategische inkoop
Kernkracht	Samenwerken met interne en externe stakeholders	Samenwerken met interne en externe stakeholders	Samenwerken met interne en externe stakeholders
In huidige functie	4 jaar	4 jaar	7 jaar

Thema 1

BAAN, BAAS & COLLEGA'S

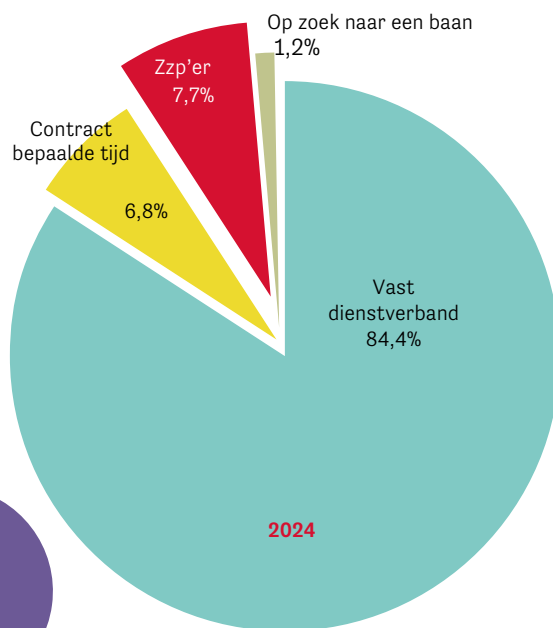
Zowel in de private als de publieke sector gaat steeds meer geld om in inkoop. De inkoopprofessional heeft, naast andere verantwoordelijkheden, dus sowieso een grote financiële verantwoordelijkheid. Om een idee te geven: 11% van de respondenten heeft de verantwoordelijkheid voor een spend tussen de 50 en 100 miljoen euro, 11% voor 100-250 miljoen euro en 4% voor meer dan 250 miljoen euro.

AANTAL JAREN IN HUIDIGE FUNCTIE



DIENSTVERBAND

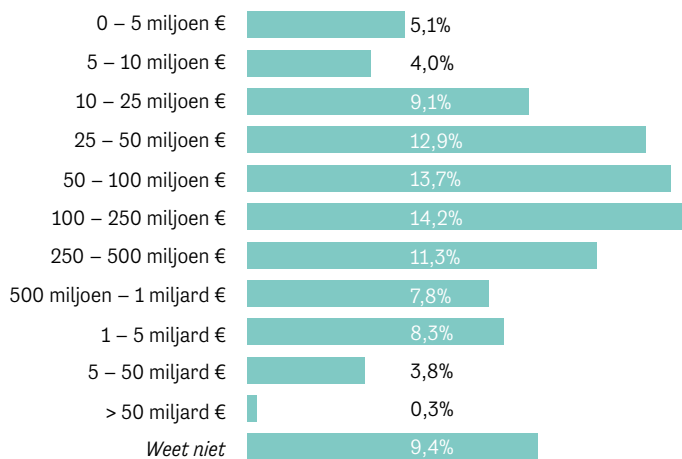
Van alle respondenten heeft 84% een vast dienstverband. 15% is flexwerker: zzp'er dan wel inkoper met een contract voor bepaalde tijd. Het aantal zzp'ers is toegenomen. Dat heeft alles te maken met de krapte op de arbeidsmarkt; inkopers met kennis en ervaring zijn schaars. De zzp'er gaat daardoor gemakkelijk van de ene klus naar de andere en de boterham is prima belegd.



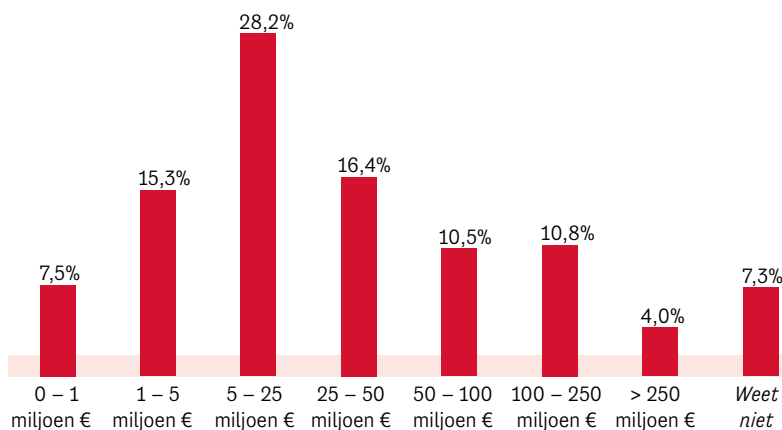
WERKGEVER

51% van de inkopers werkt bij een organisatie die louter nationaal opereert. Respectievelijk 16% en 33% bij een organisatie die op Europese dan wel mondiale schaal werkt. 1 op de 4 respondenten werkt in het Nederlandse mkb (maximaal 250 medewerkers), dan wel bij een (semi)publieke organisatie met minder dan 250 medewerkers.

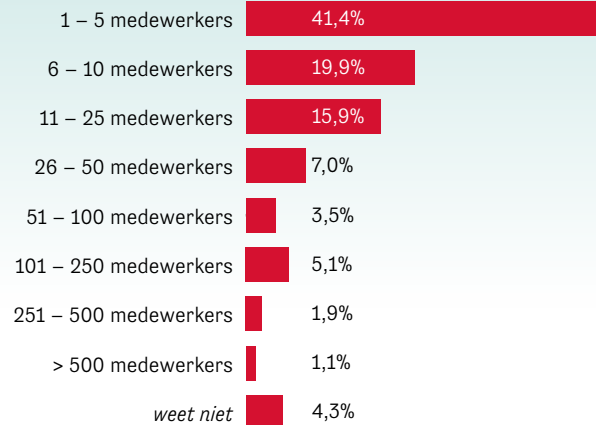
TOTALE SPEND VAN DE ORGANISATIE



VERANTWOORDELIJKHEID VOOR DE SPEND



AANTAL MEDEWERKERS BIJ EEN INKOOPORGANISATIE IN NEDERLAND



DE KRACHT VAN DE INKOPER

‘Waar ligt je kracht?’ Die vraag stellen we steevast in dit tweejaarlijkse onderzoek. Samenwerken staat ook nu op de eerste plaats. Niet verwonderlijk, want om tot resultaat te komen moeten inkoopprofessionals goed samen kunnen werken met leveranciers en verschillende interne organisatiedisciplines. Op nummer 2 staat inkoopvakkennis.

1. Samenwerken

2. Vakkennis inkoop

3. Communicatie

4. Creativiteit

5. Leiderschap

HIËRARCHIE

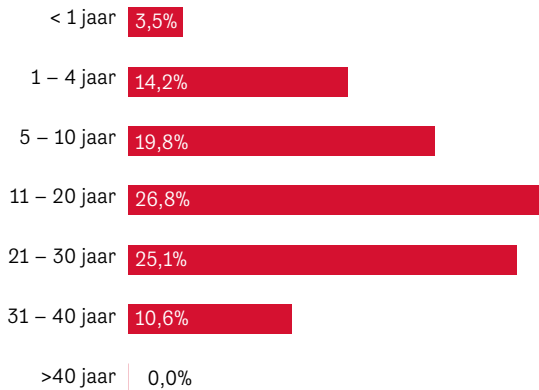
Vier op de tien respondenten is verantwoordelijk voor een inkoopteam. Meestal betreft het een team tot 4 werknemers. In bijna 40% van de gevallen werkt een leidinggevende van een inkoopprofessional ook binnen inkoop. Andere disciplines die leidinggeven aan de inkoopprofessional zijn onder meer: directie/algemeen management (30%), finance (11%), facilitair (8%) en supply chain management (8%).

Thema 2

EMPLOYABILITY & ARBEIDSMARKT

56% van de respondenten ervaart een toegenomen werkdruk. Oorzaken zijn de krapte op de arbeidsmarkt, een externe omgeving die sterk in beweging is en een takenpakket dat flink aan het uitdijen is (denk aan de eisen op het gebied van compliance en risicomanagement). Dat laatste in combinatie met een tekort aan mensen. De werkdruk is echter nauwelijks een reden een andere baan te gaan zoeken: slechts 7% van de respondenten geeft aan wegens stress elders te willen werken.

ERVARING IN INKOOP EN SUPPLY MANAGEMENT

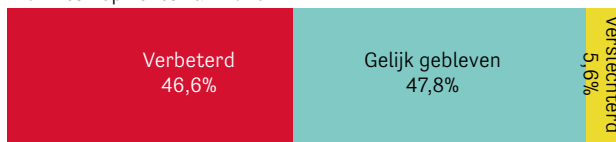


POSITIE OP DE ARBEIDSMARKT

2022 ten opzichte van 2021



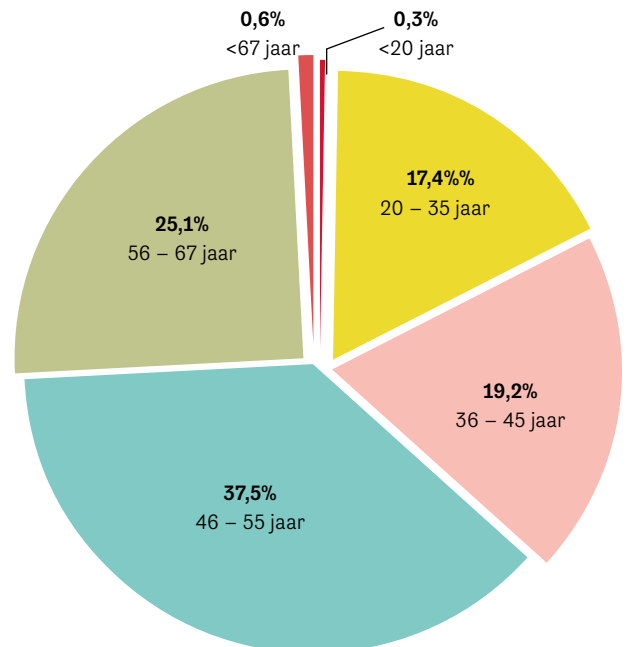
2024 ten opzichte van 2023



ARBEIDSMARKT

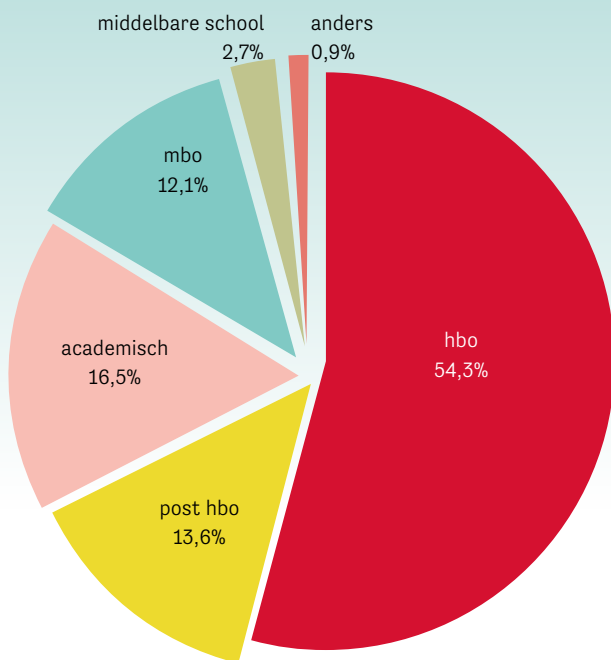
37,4% van de inkopers ambieert een andere baan: 9,5% is actief op zoek, 27,9% niet actief. De belangrijkste reden is persoonlijke groei/ontwikkeling (24,1%), gevolgd door hoger salaris (19,8%), interessanter dan wel relevanter werk (13,9%) en interessantere organisatie (13,1%). 6,8% van de respondenten geeft aan wegens de werkdruk een andere baan te willen zoeken en 3,8% ambieert een positie die meer maatschappelijke impact heeft.

LEEFTIJD



TOP 5 BIJBLIJVEN OP INKOOPGEBIED

1. Vakbladen
2. Collega's (intern), e-mail nieuwsbrieven, LinkedIn
3. Inkoopvakgenoten (extern)
4. Opleidingen (extern)
5. Webinars, Google



HOOGST GENOTEN OPLEIDING

Inkoop is bij uitstek een vak voor hbo'ers. 68% van de inkopers heeft een (post-)hbo-opleiding gevolgd. Een stevige theoretische basis is inderdaad zeer waardevol, maar inkoop is ook een vak dat je vooral leert in de praktijk. Niet primair voor theoretici dus, maar voor leergierige en praktisch ingestelde mensen.

ONTWIKKELWENS PERSOONLIJKE COMPETENTIES

Verandermanagement, leiderschap

Communicatie

Onderhandelen

Creativiteit

Samenwerken

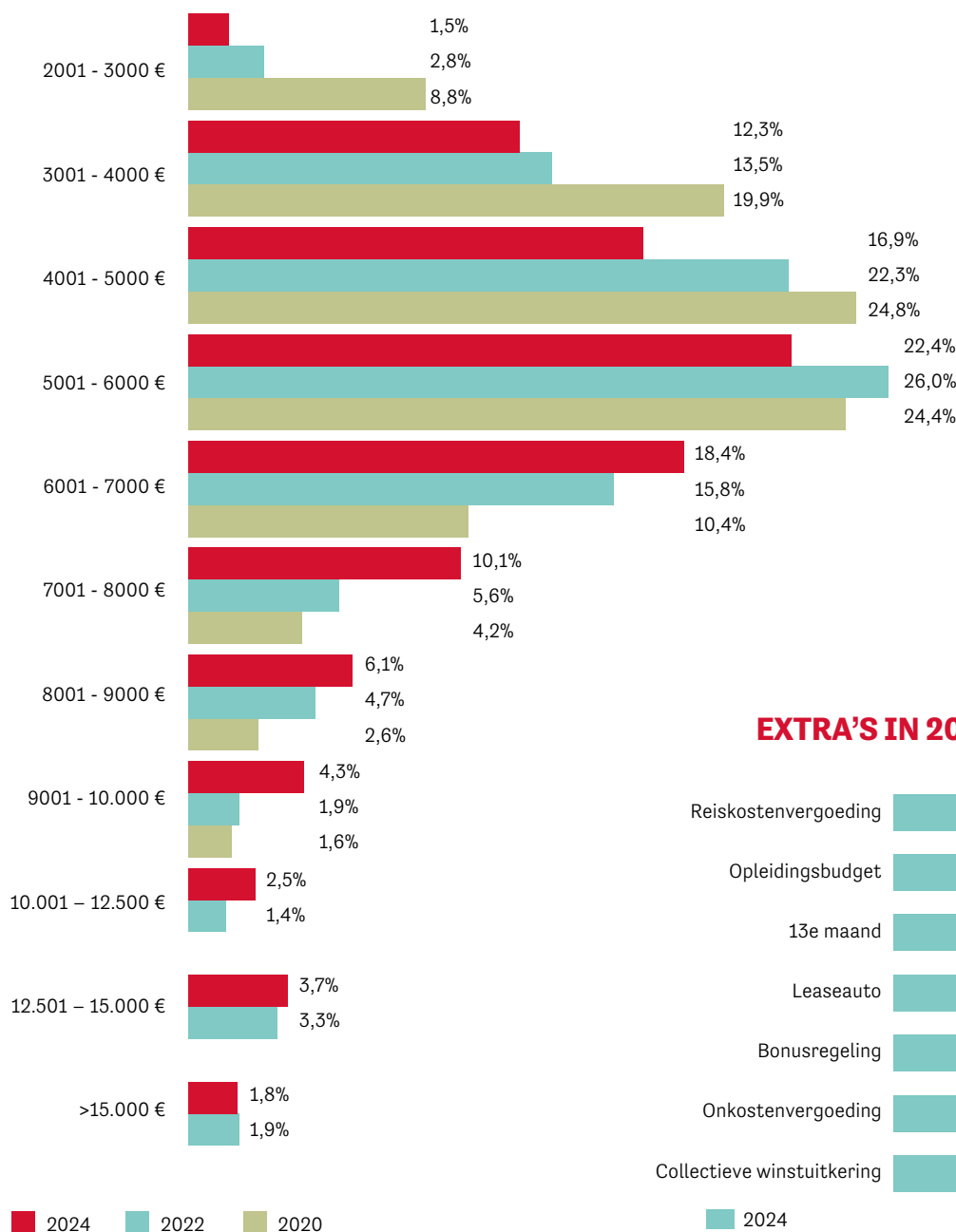


Thema 3

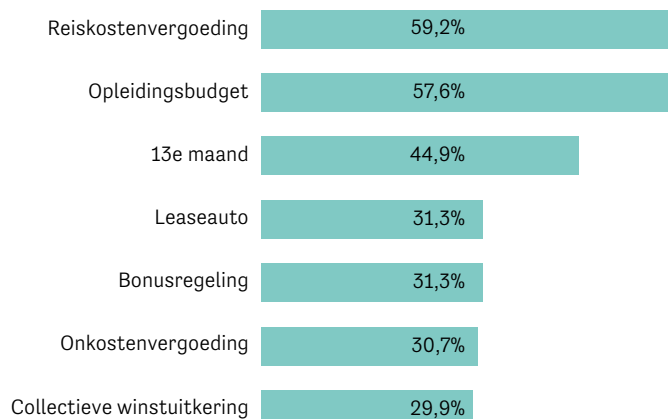
INKOMEN & SECUNDAIRE ARBEIDSVOORWAARDEN

46,9% van de respondenten geeft aan dat de arbeidsvoorwaarden (in bredere zin) het afgelopen jaar zijn verbeterd. 46,6% meldt dat ze gelijk zijn gebleven en 6,5% zag een verslechtering. Vergelijken wij het brutomaandsalaris in de jaren 2020, 2022 en 2024, dan is in alle inkomensklassen boven de 6.000 euro een toename van het aantal respondenten waarneembaar: meer inkopers verdienen een hoger salaris. Het gemiddeld bruto salaris is voor de gehele onderzochte inkooppopulatie 6420 euro.

BRUTOMAANDSALARIS (VOLTIJDBAAN)



EXTRA'S IN 2024



Thema 4

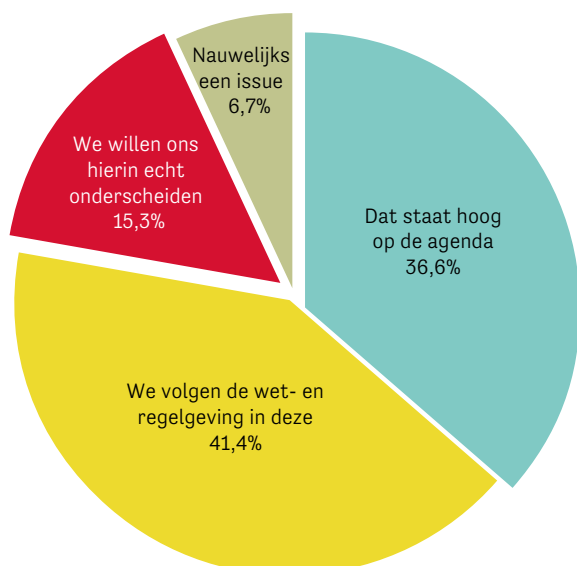
HOT & NOT (SO) HOT

De top 3 van onderwerpen die momenteel in het inkoopvak (gloeierend) heet zijn: 1) stijgende inkoopkosten en kwaliteit van de geleverde goederen en/of diensten, 2) te late betrokkenheid bij projecten, voldoende en tijdige beschikbaarheid van goederen en/of diensten, en 3) regelgeving.

- (1) Stijgende inkoopkosten, kwaliteit geleverde goederen en/of diensten
- (2) Tijdige en voldoende beschikbaarheid goederen/diensten, te laat betrokken worden bij projecten
- (3) Regelgeving (duurzaamheid, veiligheid e.d.)
- (4) Onvoldoende concurrentie op leveranciersmarkt, onderbezetting inkoop, processen onvoldoende geautomatiseerd, performance
- (5) Geen of slechte inkoopstrategie
- (6) Gevolgen geopolitieke spanningen
- (7) Ontbreken essentiële competenties bij inkoop
- (8) Gevolgen klimaatverandering
- (9) Anders

AANDACHT VOOR VERDUURZAMING

15,3% van de respondenten zegt dat de organisatie waarvan zij deel uitmaken zich wezenlijk wil onderscheiden op het gebied van verduurzaming. In het vorige onderzoek was dat 18,8%. Gaf in 2022 nog 31,7% van de respondenten aan louter de wet- en regelgeving te volgen, nu is dat 41,4%. Duurzaamheidsaspecten waar de meeste aandacht voor is, zijn (in volgorde van belangrijkheid): 1. milieu en CO₂-uitstoot/klimaatproblematiek, 2. energiebesparing, 3. social return, 4. grondstoffen/circulariteit en 5. behoorlijk bestuur. Voor 6,7% is verduurzaming nog steeds nauwelijks een issue.



TOP 5 ONTWIKKELBEHOEFTE

In 2022 stond strategische inkoop ook op de eerste plaats. Opvallend is dat digitalisering en automatisering van het inkoopproces van plek 4 opschuift naar plek 2 in de ranking van 2024.

1. Strategische inkoop
2. Digitalisering en automatisering inkoopproces
3. Contractmanagement, risicomanagement, leveranciersmanagement, data-analyse en rapportage
4. Verduurzaming
5. Kostenmanagement



Thema 5

WAAR PROFESSIONALS TROTS OP ZIJN

Wij vroegen de respondenten waar zij vooral trots op zijn. Dat leverde een overweldigende response op: 1 op de 2 respondenten gaf antwoord op deze open vraag. Uit de antwoorden hebben we onderstaande selectie gemaakt.

BOTTOM LINE

‘Impact maken voor de business in termen van kwaliteit en kostenbesparingen’

‘Creativiteit waardoor de organisatie elk obstakel kan omzetten in een opportunity’

‘In krappe leveranciersmarkt *on-time deliveries* realiseren’

‘Kostenverbeteringen en waardetoevoeging’

‘Kostenreductie en daardoor forse verhoging van het nettobedrijfsresultaat. Iets wat zwaar onderbelicht is bij de huidige directie, die onvoldoende kennis van zaken heeft’

‘Waarde toevoegen, risico’s voor het bedrijf vermijden’

‘We zijn van vijf naar twee medewerkers gegaan en de resultaten zijn verbeterd’

‘Leveranciers inzetten als strategische partners, als verlengstuk van de organisatie. Waarbij kennis en kunde worden geïntegreerd om gezamenlijke doelen te bereiken’

INKOOPORGANISATIE

‘Bij mijn nieuwe werkgever binnen een jaar een nieuw inkoopbeleid ontwikkeld en mensen weten te betrekken’

‘Van een organisatie die vrijwel niets met inkoop had, gezorgd dat inkoop hoog op de agenda is gezet, met daarbij een hoog rechtmatigheidspercentage’

‘De inkoopafdeling als autonome organisatie behouden. Werk nu direct onder de directeur’

‘In vijftien jaar de positie binnen onze organisatie opgebouwd. Afdwingen en vasthouden van de toegevoegde waarde van inkoop voor de interne stakeholders’

‘Beter maken van mijn teams’

‘Het gezicht naar de buitenwereld zijn’

SAMENWERKING

‘Creëren van een positieve cultuur, intern en extern. Een inclusief, waardegedreven en mensgericht speelveld’

‘Dat ik weet te verbinden’

‘Dat we samen in de keten het verschil maken’

‘Door samenwerking met de zorgafdeling de juiste medische hulpmiddelen op de juiste plaats krijgen. Hierdoor commitment, betere zorg, grip op kosten en ontlasting van zorgpersoneel’



BIJDRAGE AAN MAATSCHAPPIJ EN VERDUURZAMING

‘Bijdrage aan een betrouwbare en duurzame energielevering’

‘Besparingen met grote aanbestedingen’

‘Impact maken op ESG’

‘Proberen de wereld een stukje mooier achter te laten
dan dat we die hebben gekregen’

‘Bijdrage aan een betere wereld, op basis van de
Gezond Boeren Verstand-filosofie’

‘Met een goed doorlopen aanbesteding impact voor de
inwoners van de gemeente en waardoor de dienstverlening
een stukje beter is geworden’

‘Dat de commitments van ons bedrijf voor CO₂ net zero
in scope 3 worden gerealiseerd’

‘Duurzamere, duurdere materialen inkopen en op
een ander vlak standaardiseren en automatiseren,
zodat inkoop daar kostenvoordelen van heeft.
Zo kunnen we duurdere materialen financieren’

‘Bijdrage aan betaalbare zorg’

PERSOONLIJKE ONTWIKKELING EN COMPETENTIES

‘In korte tijd gegroeid
als mens en inkoper’

‘Out of the box denken, collega’s
verrassen met juiste vragen
en oplossingen’

‘Mijn groei in dit vak. Inkoop is
nooit hetzelfde en dat maakt het
elke dag superleuk’

‘We komen uit de welbekende
put en zijn met kleine stapjes
bezig daaruit te komen’

DIGITALISERING

‘Mensen overtuigen dat
e-procurement echt een grote
meerwaarde heeft voor de
organisatie’

‘Verdere digitalisering en
professionalisering van de
inkoopafdeling’

‘Automatiseren van het
inkoopproces organisatiebreed’

AMBITIE IN INKOOP

Nevi en Deal! voeren samen elke twee jaar het nationaal inkooponderzoek ‘Ambitie in Inkoop’ uit. Inmiddels is dit de zesde keer. Doel is om meer inzicht in de actuele uitdagingen van inkoopprofessionals te krijgen. Verder komen hun ontwikkelbehoeften aan bod, en de manier waarop werkgevers deze professionals door middel van arbeidsvoorwaarden waarderen.

*Marcel Bon & Roel van Langen (Nevi),
Freek Andriessse & Maarten Legius (Deal!)*

