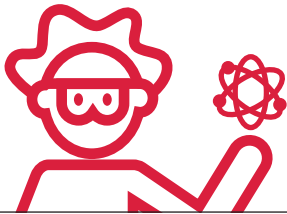


# FROM SCIENCE

HOUGLERAREN/LECTOREN: ARJAN VAN WEELE → FINN WYNSTRA → BART VOS → FRANK ROZEMEIJER → GERT WALHOF → JAN TELGEN



## You ain't seen nothing yet

**O**mtrent technologiebedrijven konden we in december 2016 veel lezen over wat *artificial intelligence*, *virtual reality*, *machine-to-machine automation*, *machine-to-machine learning* en *chatbots* ons de komende jaren gaan brengen. Als inkoper zou je kunnen wachten tot duidelijk wordt wat de blijvertjes zijn, maar dat zou ik niet doen. Het gebruik van informatie- en communicatietechnologie om de klant, de leverancier en andere partners uit de waardeketen met elkaar te verbinden en zo de prestaties van inkoopprocessen te verbeteren (de CIPS-definitie van *e-procurement*), is niet meer weg te denken uit de inkooppraktijk. De toepassing van e-procurement maakt processen efficiënter en effectiever. Onderzoeken laten zien dat veel organisaties de mogelijkheden nog lang niet hebben uit-

genut. Maar de volgende golf met nieuwe techniek is alweer aangespoeld en gaat de komende jaren invloed krijgen. Zo gaan veel grote bedrijven investeren in kunstmatige intelligentie (*artificial intelligence*) om nieuwe producten en diensten te ontwikkelen en zelf slimmer te opereren.

Een van die nieuwe ontwikkelingen betreft IBM's supercomputer Watson. Ongeveer twee jaar geleden begon ik op een andere manier naar deze ontwikkelingen te kijken, toen ik het bedrijf IPsoft ging volgen.

Mijn oog viel op de aankondiging dat de intruductie van Amelia de wereld zou gaan veranderen. Amelia, zo weet ik inmiddels, is *a cognitive agent*. Een digitale collega die informatie kan verzamelen, interpreteren en zo vragen kan beantwoorden. Bovendien leert Amelia steeds weer bij. Door continu op zoek te gaan naar nieuwe informatie, maar ook door de feedback op de antwoorden en oplossingen te gebruiken.

Ik probeerde een voorstelling te maken van Amelia als operationeel inkoper. Stel: ik ben aan het werk op de Hanzehogeschool Groningen en mijn laptop houdt ermee op. Ik vraag via de laptop van een collega aan Amelia of die mijn probleem kan oplossen. Amelia gaat aan de slag. Eerst wordt mijn laptop gecontroleerd. Helaas, reparatie is te kostbaar, maar Amelia heeft mijn instellingen en informatie op de lokale harde schijf al veiliggesteld. Vervolgens krijg ik in vijf vragen waaraan mijn nieuwe laptop moet voldoen. Tegelijkertijd haalt Amelia in de systemen van mijn collega's van ICT informatie op over waar een laptop aan moet voldoen, wil deze kunnen functioneren binnen de systemen van onze organisatie. Daarna gaat Amelia in de wereld op zoek, stelt drie laptops voor die aan de eisen voldoen met levertijd en kosten. Ik kies en

de volgende dag kan ik weer aan de slag. Amelia zou dit nu al zo kunnen organiseren! Amelia is maar een voorbeeld. Er zijn veel nieuwe technieken die van invloed (zullen) zijn op organisaties, de rol en positie van deze organisaties in de keten en op de inkoopfunctie. Deze ontwikkelingen hebben niet alleen effect binnen de eigen organisatie. Er ontstaan op basis hiervan ook nieuwe aanbieders van dienstverlening die het inkoopproces kunnen ondersteunen of gedeeltelijk kunnen overnemen. Kijk naar een organisatie als Tealbook, die techniek gebruikt om informatie over leveranciers en markten te verzamelen, kwalificeren en leveren binnen de IT-systemen van klantorganisaties.

Ik denk dat het belangrijk is dat inkopers en inkoopmanagers deze ontwikkeling herkennen en erkennen. Inkoop kan niet solitair succesvol worden uitgeoefend, daar is iedereen wel van overtuigd. Maar nieuwe technologie vraagt om samenwerking en gebruikmaken van elkaars kennis en informatie. Bepaal de kern van de toegevoegde waarde van de inkoopfunctie binnen de eigen organisatie, volg de ontwikkelingen van de techniek om deze kern te versterken en schroom niet om te experimenteren. **Gert Walhof** is lector Inkoopmanagement aan de Hanzehogeschool Groningen.



*“Nieuwe technologie vraagt om samenwerking en gebruikmaken van elkaars kennis en informatie”*