



Impact leveranciers op uw business 2019
Di-Mens
Januari 2019

Conclusie

Directieleden beoordelen de impact van leveranciers op het succes van hun business met het cijfer 7,1 op een schaal van 0-10. Dit cijfer zegt misschien niet zo heel veel meer dan dat men er nog niet wakker van ligt. Wanneer we de vergelijking met de resultaten van een jaar geleden maken zien we dat dit cijfer wel duidelijk gedaald is. Destijds kwam er een score van 7,8 op de borden. Voeg daarbij dat 75% aangeeft minimaal wekelijks met de leveranciersmarkt bezig te zijn, waar dit een jaar geleden nog 84% was en er komt misschien wat meer diepte in het resultaat.

Opvallend zijn de thema's voor Procurement die als belangrijk genoemd worden door directieleden. Vorig jaar werd een strategisch thema als "Waardecreatie voor de klant" door 80% van de respondenten genoemd als belangrijk, ver voor de meer operationeel/tactische thema's als "Beschikbaarheid" en "Kosten". Ook innovatie nam een belangrijke plaats in. Vandaag zien respondenten traditionele thema's als "Beschikbaarheid", "Kosten" en "Marge" als de thema's voor Procurement en wordt "Waardecreatie voor de klant" nog maar in 47% van de gevallen genoemd als belangrijk thema.

Waar Procurement nu beter scoort is "het begrip van de business" 8,8 versus 7,7 een jaar geleden en "toegevoegde waarde" 7,6 dit jaar tegenover 7,0 vorig jaar.

Dit zijn de resultaten van een door Di-Mens gehouden enquête onder directieleden binnen de private sector. In totaal zijn er 311 enquêtes verstuurd, waarvan er 34 zijn ingevuld. Een respons van ruim 10%. Niet veel, wat iets zou kunnen zeggen over de relevantie van het onderwerp. Te weinig in ieder geval om conclusies te trekken. Genoeg om over het thema na te blijven denken.

Procurement worstelt om het operationele/tactische niveau te ontstijgen en daadwerkelijk op strategisch niveau aansluiting te vinden met de business. Een jaar geleden leek het zo te zijn dat directieleden strategische thema's als "Waardecreatie voor de klant" en "Innovatie" als belangrijkste thema's voor Procurement zagen. Men was echter niet overdadig tevreden over de bijdrage van Procurement. "Procurement nog geen goud" concludeerden we toen. Nu zien we dat de strategische thema's er bekaaid af lijken te komen. Wel is men meer tevreden over de bijdrage van Procurement. Betekent dit dat Procurement het momentum gemist heeft en nu weer in haar comfortzone acteert tot ieders tevredenheid? Betekent dit dat directies het vizier meer op de korte termijn gericht hebben, opgejaagd door een volop draaiende economie? De waarheid zal wel ergens in het midden liggen.

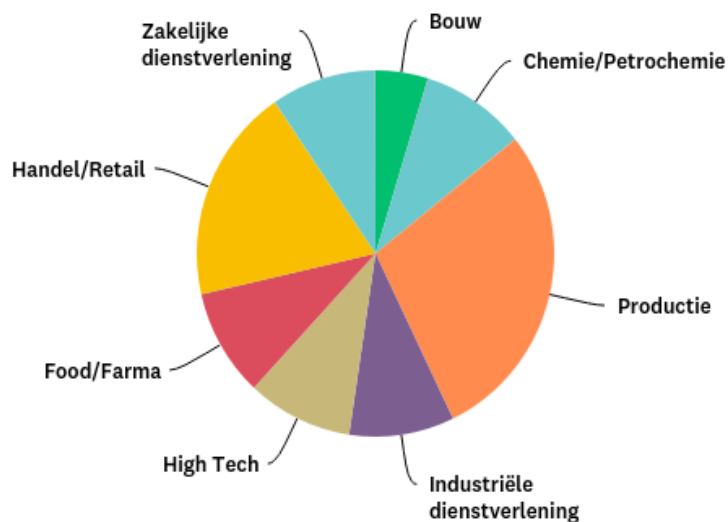
Iets stilliger kunnen we na 2 jaar onderzoek zeggen dat directies met een focus op meer operationele/tactische thema's voor Procurement meer tevreden zijn over de samenwerking met Procurement dan wanneer de focus op strategische thema's ligt. In een tijd waar de aansluiting op strategisch niveau met de wereld om ons heen essentieel is voor directies om winstgevend te kunnen blijven navigeren is dat in ieder geval een ontwikkeling waar niemand tevreden mee zal zijn.

Het onderzoek

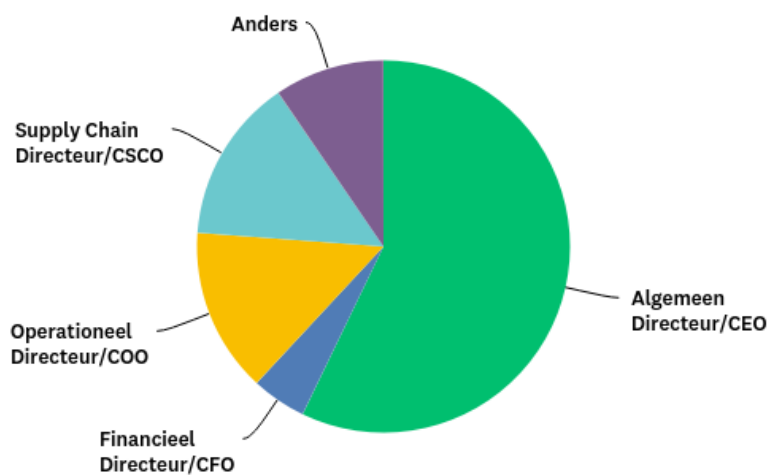
In dit onderzoek zijn 311 directieleden in de private sector benaderd. Hiervan hebben 34 directieleden de enquête ingevuld.

De respondenten zijn als volgt te kwalificeren

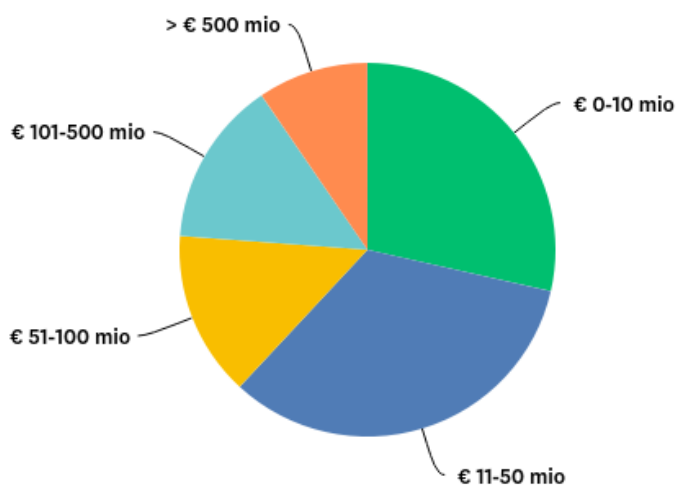
Grafiek 1: brancheverdeling



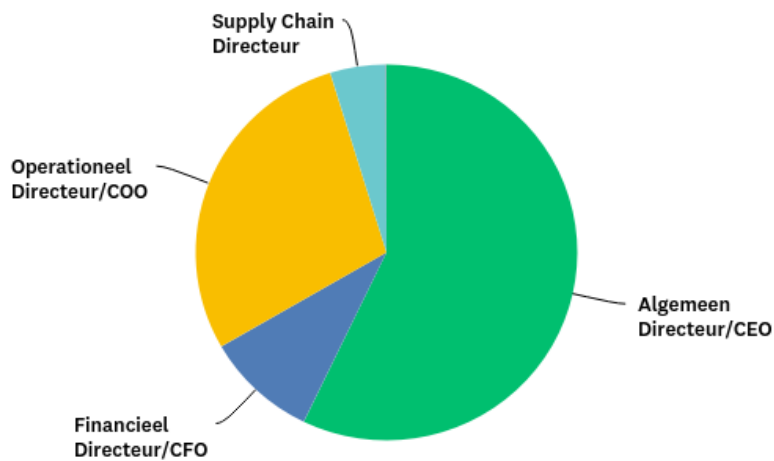
Grafiek 2: functie



Grafiek 3: inkoopspend

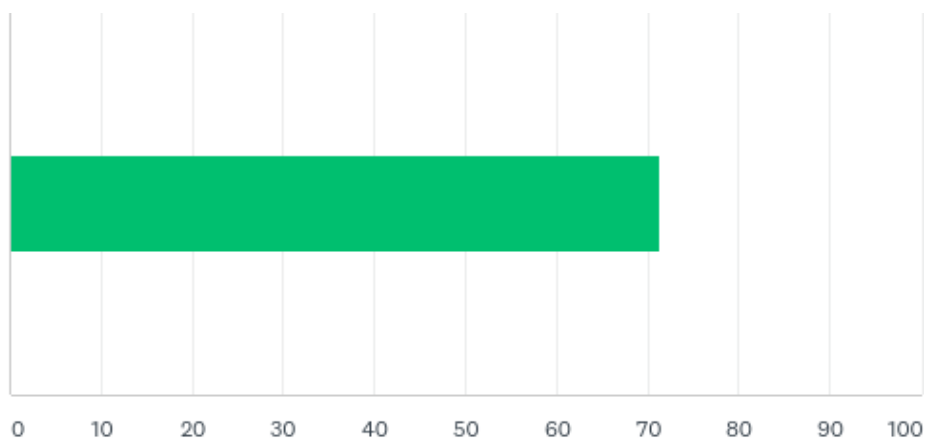


Grafiek 4: aan welke functionaris rapporteert Procurement

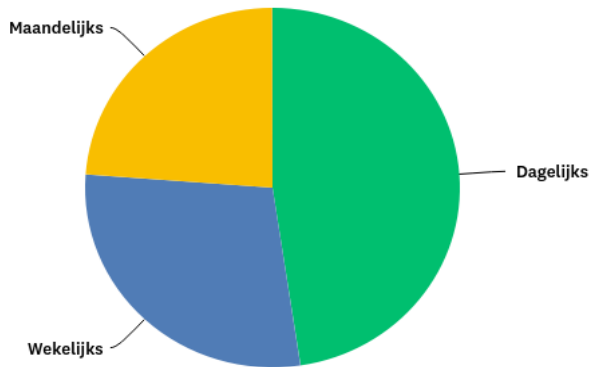


Het resultaat

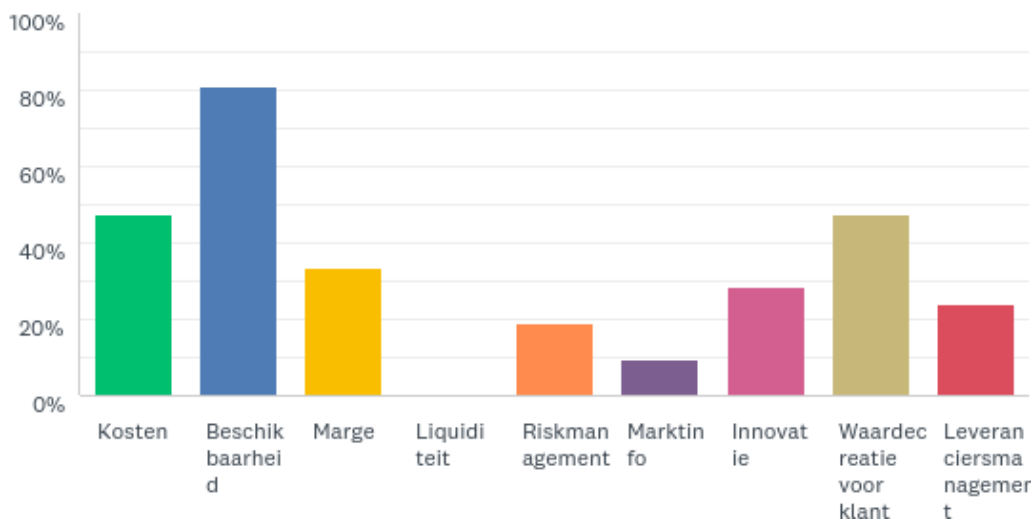
Grafiek 5: Hoe belangrijk schat u de bijdrage van leveranciers/leveranciersmarkt aan het succes van uw onderneming in



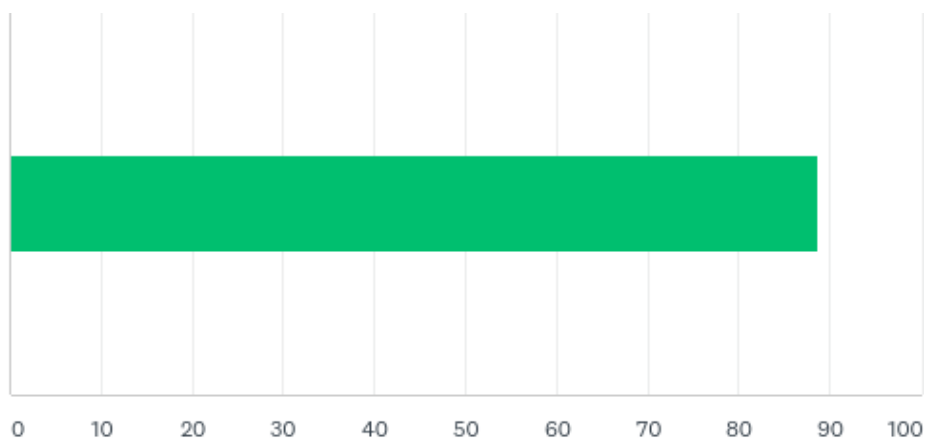
Grafiek 6: Hoe frequent besteedt u aandacht aan leveranciers of de leveranciersmarkt



Grafiek 7: Wat vindt u de 3 belangrijkste thema's voor Procurement



Grafiek 8: In hoeverre snapt Procurement de primaire business van uw organisatie



Grafiek 9: In welke mate bent u tevreden over de toegevoegde waarde van Procurement

