



Impact leveranciers op uw business
Di-Mens
Februari 2018

Impact leveranciers op uw business

Directieleden zien de invloed van leveranciers op het succes van de eigen onderneming als belangrijk. Het is dan ook zo dat 85% van de directieleden minimaal wekelijks aandacht besteedt aan de leveranciersmarkten en of de leveranciers van de organisatie. Hierbij wordt de “waardecreatie voor de klant” als belangrijkste thema genoemd, nog voor “beschikbaarheid” en “kosten”. Wanneer we kijken naar de perceptie van directieleden t.a.v. de rol van procurement in het managen van de belangen voor de organisatie levert dit 2 resultaten op. Bij de vraag “in hoeverre procurement de business snapt” scoort procurement ruim voldoende tot goed. Op toegevoegde waarde scoort procurement iets lager, nl. ruim voldoende.

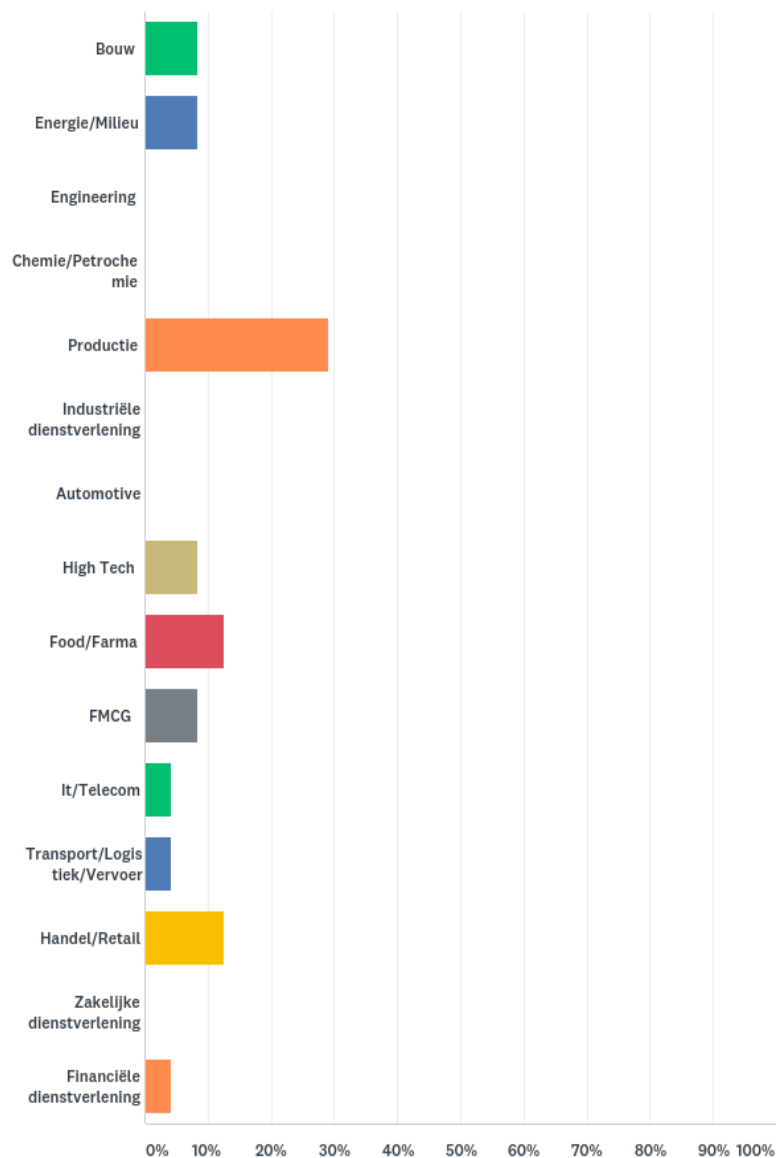
Dit zijn de resultaten van een door Di-Mens gehouden enquête onder directieleden binnen de private sector.

Procurement worstelt om het operationele/tactische niveau te overstijgen en daadwerkelijk op strategisch niveau aansluiting te vinden met de business. Procurement is overtuigd van het belang en weet dit m.n. elkaar uit te leggen. Waar staat de leveranciersmarkt bij directies op de agenda en hoe kijken ze aan tegen de rol van procurement. Is er überhaupt ruimte voor procurement om te groeien en wat is daarvoor nodig. De antwoorden uit dit onderzoek zijn wellicht een vingerwijzing. Wanneer procurement zijn strategische rol wil vervullen zal men een strategisch belang voor de organisatie moeten dienen en wat dat is wordt niet door procurement bepaald.

In totaal zijn er 218 enquêtes verstuurd naar directieleden van Nederlandse private organisaties waarvan er 24 zijn ingevuld. Een respons van 11%. Niet veel. Dit hoeft natuurlijk niet iets te zeggen over de relevantie van het onderwerp. Wel wordt hierdoor specificatie van de resultaten voor verschillende categorieën respondenten lastig en hebben we ons beperkt tot de algemene resultaten.

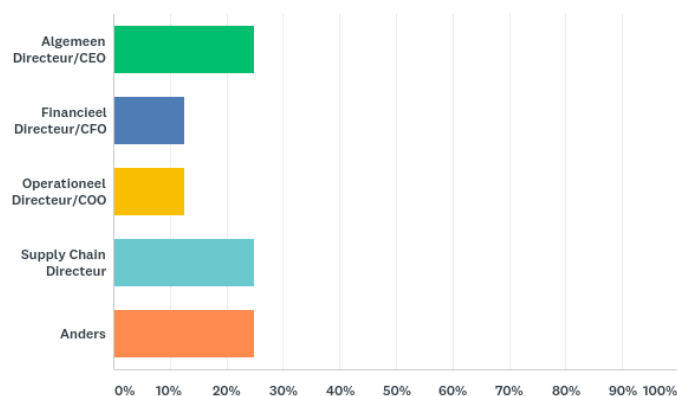
Q1 laat zien hoe de respondenten over de verschillende branches zijn verdeeld. Productiebedrijven voeren de boventoon. Zeker wanneer we hier high tech, food/farma en fmcg aan toevoegen. Deze categorieën maken samen een kleine 60% van de respondenten uit.

Q1 In welke branche bent u actief



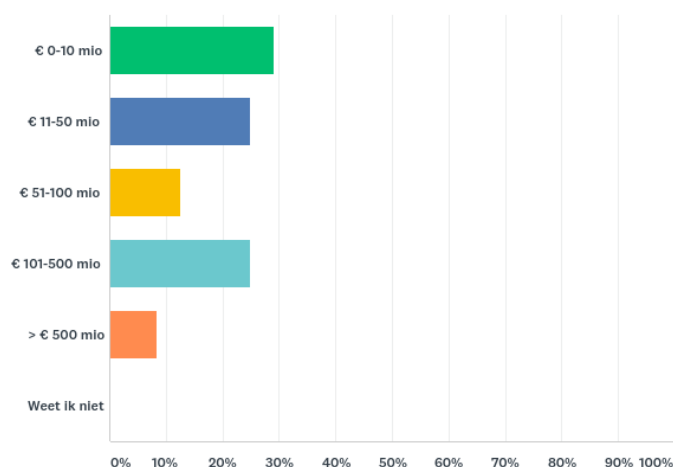
Q2 geeft de verdeling over de verschillende posities binnen directies aan. Op zich zou het interessant kunnen zijn om de verschillen in reacties verder te onderzoeken. In hoeverre kijkt een CFO anders aan tegen de leveranciersmarkt en de performance van procurement dan bv de supply chain directeur. Misschien wel hetzelfde.

Q2 Welke functie vervult u



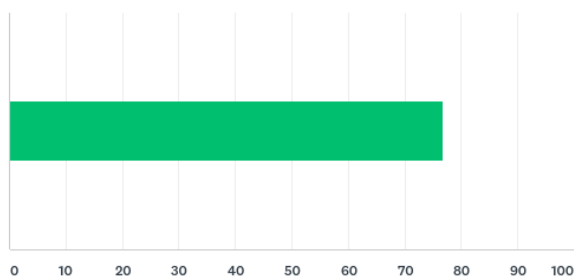
De verdeling van de respondenten naar omvang van de organisatie wordt in Q3 aangegeven. Geen 1 op 1 dwarsdoorsnede van de Nederlandse realiteit, maar de verschillende groepen zijn wel vertegenwoordigd. Overigens is het zo dat wanneer we de antwoorden van de directieleden van organisaties met een spend < € 51 mio afzetten tegen de rest, de antwoorden niet veel van elkaar afwijken.

Q3 Hoeveel inkoopspend heeft uw organisatie



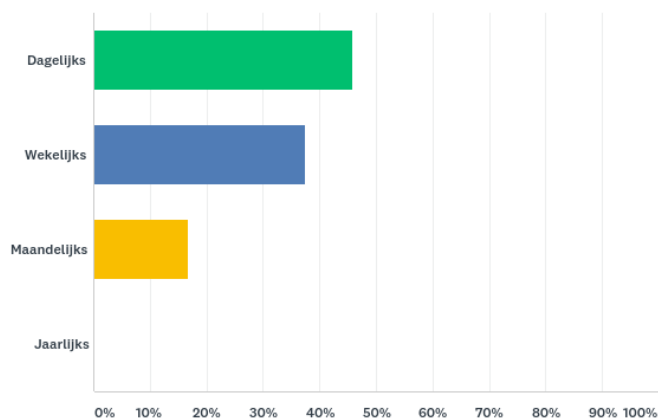
Het antwoord op een van de kernvragen van dit onderzoek vindt u in Q4. Met een score van 7,7 geven de directieleden aan de rol van de leveranciers in het succes van de onderneming belangrijk te vinden.

Q4 Hoe belangrijk vindt u de rol van leveranciers in het succes van uw onderneming



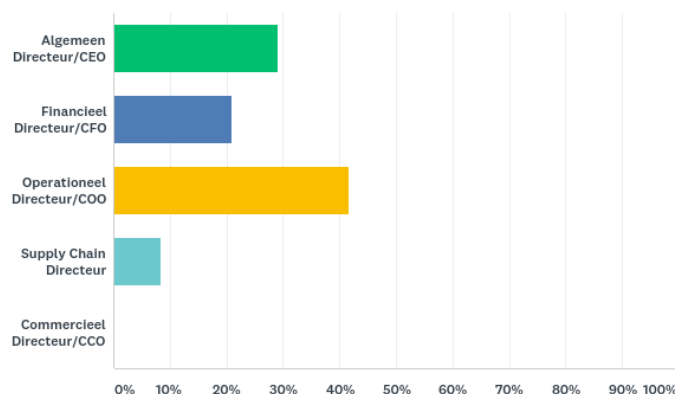
Hoe vertaalt het belang van leveranciers zich naar de aandacht die directieleden geven aan de leveranciersmarkt en of de leveranciers. In Q5 ziet u dat ca. 85% hieraan minimaal wekelijks tijd besteedt. 46% doet dit zelfs dagelijks. De mate waarin een directielid procurement onder zijn of haar hoede heeft zal hier zeker invloed op hebben.

Q5 Hoe frequent besteedt u aandacht aan leveranciers of leveranciersmarkt



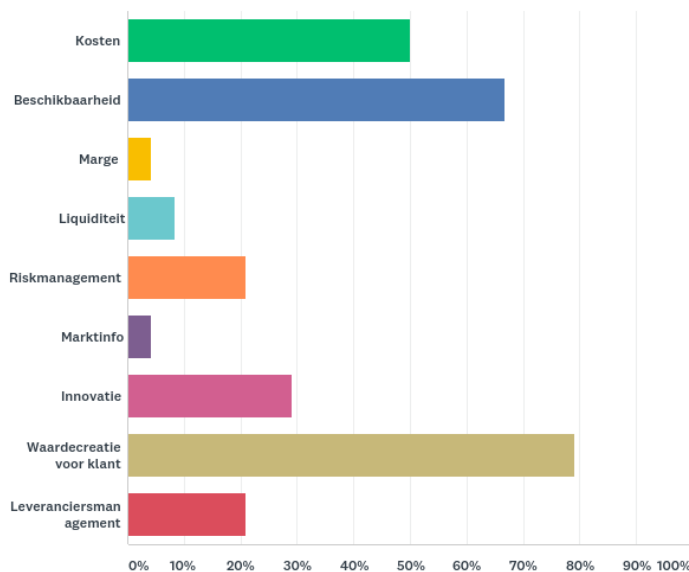
Hoe bepalend is de plaats van procurement in de organisatie voor de positie en richting van procurement. Een interessante vraag, waarvoor er te weinig reacties zijn binnengekomen om er binnen het kader van dit onderzoek iets steekhoudends over te kunnen zeggen. Q6 geeft in ieder geval de verdeling onder de respondenten aan.

Q6 Aan welke functie rapporteert de Procurementorganisatie



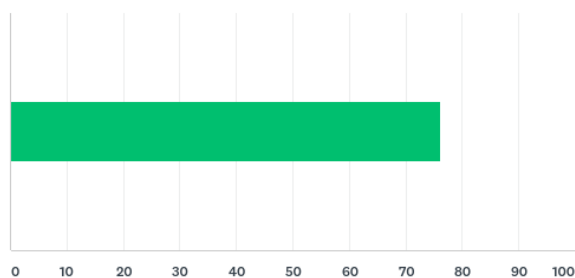
Wat wordt er vanuit de directie als de belangrijkste thema's voor procurement gezien? Opvallend dat "waardecreatie voor klant" zo'n prominente rol inneemt. In ieder geval een thema dat aansluiting met de business vergt van procurement. Kosten blijven natuurlijk belangrijk en het feit dat beschikbaarheid hoger scoort wordt mn. beïnvloed door directieleden van organisaties met een spend van < € 51 mio.

Q7 Wat vindt u de 3 belangrijkste thema's voor Procurement



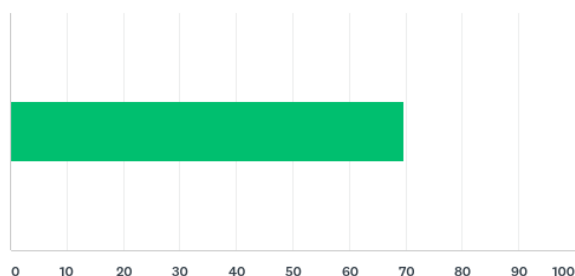
In hoeverre procurement de business snapt is uiteraard van belang voor het thema “waardecreatie voor klant” het belangrijkste thema voor directieleden. Hier scoort procurement een 7,6. Niet slecht, maar goud is het niet.

Q8 In hoeverre snapt Procurement de business



De toegevoegde waarde van procurement is in de ogen van de directieleden ruim voldoende met de score 7. Misschien wat mager in vergelijking met het belang dat de respondenten hechten aan de leveranciers en leveranciersmarkt met een score van 7.7.

Q9 In welke mate bent u tevreden over de toegevoegde waarde van Procurement



Conclusie enquête “Impact leveranciers op uw business”

Het mag duidelijk zijn dat voor conclusies het aantal reacties te mager is. Echter een indruk ontstaat er wel. In de perceptie van directieleden scoort het belang van de leveranciersmarkt hoog. Procurement scoort ruim voldoende, maar heeft in de ogen van directies moeite te presteren op het niveau dat vanuit het belang van de leveranciersmarkt minimaal verwacht mag worden. Generaliserend? Ja! Wel lijkt het dat er ruimte voor ontwikkeling is in de positie die procurement momenteel in organisaties inneemt. Goed nieuws voor procurementprofessionals en wanneer het lukt ook voor organisaties.