

Trendrapport 2019



10 aktuella trender inom inköp
och supply chain management
för privat och offentlig sektor

Innehåll

Inledning	3
De 10 högst prioriterade trenderna 2018	4
1. Använda etiska standards och Code of Conduct gentemot våra leverantörer	5
2. Användning av tydliga mål och KPI:er	6
3. Att arbeta i tvärfunktionella team (med IT, marknad, olika affärsgrupper etc.)	7
4. Utforma inköps- och logistikarbetet för att maximera den externa kundnyttan	8
5. Att säkerställa att våra leverantörer efterlever vår uppförandekod (CoC)	9
6. Customer value (internt kundfokus)	
7. Öka användandet av elektroniska inköpssystem (avrop/beställarsystem)	10
8. Skifta fokus från ”prispress/rabatter” till samarbete och utveckling	11
9. Att attrahera och utveckla rätt kompetenser	13
10. Skapa ett attraktivt employer brand för att säkra kompetens	14
De 10 högst prioriterade trenderna för olika organisationer	15
Fakta om undersökningen & länktips	18

Trenderna är kommenterade och analyserade av:

Lars Silver, professor i Logistik vid Umeå universitet
 Frida Pemer, Assistant Professor i Inköp vid Handelshögskolan i Stockholm
 Katarina Arbin, Universitetslektor Handelshögskolan vid Örebro Universitet
 och Partner Forever Sustainable

Inledning

Ny trend tar plats bland topp 10

Välkommen säger vi till ”Skapa ett attraktivt employer brand för att säkra kompetensen” som tar sig in på plats 10.

Att få in rätt kompetenser i företaget och organisationen är avgörande för att säkra både lönsamhet och minska kompetensbristkostnaderna. Att höja kompetensen inom både inköp och logistik är något som flera företag arbetar tydligt med.

Många företag kämpar även med att öka sin attraktionskraft som arbetsgivare då det är många som är ute efter att anställa samma typ av kompetenser.

Idag står man i kö för att få arbeta med de coola bolagen som gör miljardvinster varje kvartal, ”The Titans” dvs företag som leder utvecklingen. Det är Google, Amazon, Apple, Facebook och Microsoft som alla försöker vinna racet mot framtiden. Bolagen där data är den nya oljan, men den är inte gratis att utvinna. Silicon Valley-jättarna satsar idag hela 1590 miljarder i forskning och utveckling.

Så hur kan svenska företag och organisationer öka attraktionen och locka till sig kompetenserna som behövs för verksamheten?

Möjligheterna till kompetensutveckling och stimulerande arbetsuppgifter där man får ta eget ansvar och får en ökad förståelse för den egna rollen i ett mer holistiskt perspektiv är något som efterfrågas av arbetstagare idag.

Det är precis detta Supply Chain Management handlar om, och att helhetssynen nu börjar få genomslag ser vi tydligt i de ledande befattningarna där man i flertalet storföretag har en och samma person ansvarig för både inköp och logistik.

Det är bara så, att det måste bo en inköpare i varje logistiker och en logistiker i varje inköpare för att vi skall klara morgondagens utmaningar både digitala och analoga.

Så kan man ha en COOLARE roll än att verka i Supply Chain?

Välkommen att sondera bland 2019 års trender och hur dessa analyseras av våra professorer och forskare.

Väl mött 2019

Carina Dahllöf

VD Sif Competence



De 10 högst prioriterade trenderna

I diagrammet nedan redovisas de 10 viktigaste trenderna för samtliga respondenter i undersökningen. Senare i rapporten visas även topp 10 för privata organisationer, kommuner, statliga myndigheter, landsting/regioner och statlig/kommunala bolag.



Sammanfattning

Vi ser även i år en stabil trendens inom inköp och logisk som framför allt visar på betydelsen av digitalisering, hållbarhet och ett fokus på att mäta kunden snarare än den enskilda produkten. De fem trenderna i topp i årets mätning är desamma som föregående år med samma inbördes placering. Detta bör tydas som att det fortfarande finns en tydlig inriktning för de organisationer som deltar i undersökningen.

En förändring i år är att en ny trend, nämligen att skapa ett attraktivt employer brand i syfte att säkra kompetens har kommit att prioriteras av många organisationer och har därmed placerat sig på top-10 listan. Detta har dessutom skett till bekostnad av kategoristyrning som annars placerat sig på 10-top

listan under tidigare år. Vi har samtidigt kunnat se en sjunkande prioriteringsgrad för kategoristyrning under åren, vilket i sig kan bero på att många företag/offentliga organisationer är långt komna med just kategoristyrning och det snarare har blivit ett ordinarie arbetssätt.

Denna slutsats drar exempelvis Frida Perner på Handelshögskolan i Stockholm och ytterligare kommentarer kring ämnet kan läsas i rapporten. Läs även mera om hennes slutsatser kring organisationernas ökande fokus på att locka till sig/vidareutveckla kompetenser.

TREND #1

Använda etiska standards och Code of Conduct gentemot våra leverantörer

Att använda etiska standards och Code of Conduct gentemot leverantörer placerar sig återigen som det högst prioriterade området bland svenska inköps- och logistikchefer, vilket inte är allt för överraskande. Hållbarhet generellt blir allt viktigare för företag och då försörjningskedjan är en kritisk del av verksamheten, hamnar också fokus på företagets försörjningskedja och att åstadkomma en hållbar kedja. Många bolag har kommit relativt långt i sitt arbete med att integrera hållbarhet i försörjningskedjan, medan andra mestadels små och medelstora bolag nyligen har påbörjat det här arbetet.

En bakomliggande orsak till det ökade intresset är att företagets intressenter ställer allt högre krav på en hållbar verksamhet och hållbara produkter. Investerare och aktieägare ställer krav på de bolag man investerar i att de ska agera hållbart och bidra positivt både vad gäller miljömässig och social hållbarhet. Nyutexaminerade och young professionals vill arbeta för hållbara företag och organisationer.

Ett företag eller organisation som upplevs inte ta hållbarhet på allvar kan ha svårare att attrahera unga talanger. Konsumenter och kunder påverkar. Enligt undersökningar av Sustainable Brand Insight har andel konsumenter som ofta diskuterar hållbarhet ökat från 15% 2014 till 64% 2018. 73% svarade vidare att hållbarhet påverkar deras köpbeslut (Sustainable Brand Insight).

Hållbarhet är viktigt för konsumenter och om företaget ska få sälja sina produkter så måste de ta hållbarhet på allvar och bedriva en hållbar verksamhet. Politiker påverkar i stor utsträckning via reglering. Den relativt nya lagen om hållbarhetsrapportering som omfattar ca 1 600 bolag är ett exempel, ett annat är det nya lagstiftningspaketet på EU nivå om cirkulär ekonomi som antogs i april i år och som syftar till att hjälpa företag och konsumenter i EU att klara övergången till en starkare och mer cirkulär ekonomi där resurser används på ett mer hållbart sätt.

Det finns också en ökad medvetenhet om att man som företag via försörjningskedjan kan bidra positivt och påverka i en positiv riktning. Det vill säga att bidra till att vi använder jordens resurser på ett klokt sätt och att bidra till ekonomisk och social utveckling vilket kan resultera i högre levnadsstandard för människor främst i utvecklingsländer. Enligt FN:s Global Compact är hållbara försörjningskedjor och ansvarsfulla inköp kritiskt för att kunna göra de globala övergripande hållbarhetsmålen lokala. Vi som arbetar inom försörjningskedjan spelar så en stor roll i arbetet med att realisera de globala hållbarhetsmålen, vi har en möjlighet att påverka i rätt riktning.

Att använda etiska standards och Code of Conduct gentemot leverantörer är ett första steg i att åstadkomma en hållbar försörjningskedja. En uppförandekod (Code of Conduct) är ett företags ensidigt antagna etiska riktlinjer för hur företaget ska agera i hela sin verksamhet. Det finns inget lagkrav på att ha en uppförandekod, det är ett frivilligt åtagande. Uppförandekoden bör innehålla fackföreningsfrihet, förbud mot barn- och tvångsarbete, förbud mot diskriminering, reglerad arbetstid, riktiga anställningar och tydliga anställningskontrakt, säker arbetsmiljö och krav på levnadslön. Uppförandekoden ska omfatta det egna företaget, leverantörer och underleverantörer. Ett absolut minimikrav är att uppförandekoden omfattar ILO:s kärnkonventioner (Internationella arbetsorganisationens konventioner).

Katarina Arbin



TREND #2

Användning av tydliga mål och KPI:er

Liksom under tidigare år är användningen av tydliga mål och KPI:er central inom Supply Chain. Det är rimligt att ange denna användning som central inom Supply Chain management. I takt med digitaliseringen av Supply Chain blir det alltmer centralt att skapa ordning i informationsflödet. För ledningen är KPI det sätt med vilket hela organisationen kring Supply Chain styrs. Vill vi fokusera på kundnöjdhet? Fokusera på leveransprecision. Vill vi fokusera på produktionseffektivitet? Fokusera på KPI kopplade till svinn. Vill vi fokusera på lönsamhet? Fokusera på räntabilitet.

Genom att välja vilka KPI som vi anser ska leda verksamheten kan vi också styra beteenden. Lika viktigt är dock vilka KPI som organisationen inte väljer att fokusera på. KPI fungerar som organisatoriska och interorganisatoriska incitament. Det går att styra

verksamheten mot vissa målsättningar. Det gäller dock att fundera på vilka avarter som kan uppkomma. I många organisationer väljs KPI:er som till viss del ger ett önskat beteende, men som också kan ge upphov till beteenden som inte är långsiktigt förenliga med verksamhetens mål. I andra organisationer väljs KPI som mer visar organisationens redan existerande styrkor, men som inte egentligen utmanar eller utvecklar organisationen.

I grunden handlar allt om att hitta mål och KPI som utvecklar organisationen i den riktning som ger bättre förutsättningar för att hantera en ständigt föränderlig omvärld.



TREND #3

Att arbeta i tvärfunktionella team (med IT, marknad, olika affärsgrupper etc.)

En trend som har varit stabil de senaste åren är att arbeta i tvärfunktionella team. Hittills har en stor del av uppmärksamheten inom företag och forskning legat på hur inköp, Supply Chain och logistik kan hitta nya former för tvärfunktionellt samarbete med framför allt marknadsföring och försäljning.

En central tanke bakom detta har varit att öka effektiviteten, koordinationen och träffsäkerheten i de interna processerna genom att knyta ihop kundgränssnittet med leverantörsgrensnittet. Man har även sett hur tvärfunktionella team leder till minskat silotänkande i organisationerna. I takt med att digitaliseringen breder ut sig i såväl samhället som olika industrier, ser vi dock att de tvärfunktionella teamen nu utökas till att omfatta fler roller och funktioner,

inte minst kopplade till digital expertis. Vi ser även att gränserna mellan olika roller och professioner suddas ut alltmer, och att företag börjar laborera med att erbjuda internutbildningar för att säkerställa att anställda med bakgrund inom t ex Supply Chain eller försäljning även har en viss digital grundförståelse, medan de med en digital kompetens ges en grundförståelse för affären.

Att arbeta tvärfunktionellt framhålls också ofta som en nyckel till att bli en mer digitalt mogen organisation. I takt med att allt fler företag anammar agila arbetssätt, med t ex temporära squads som snabbt kan skalas upp och ned och ändra bemanning efter behov, blir förmågan att samarbeta tvärfunktionellt central – både på individ- och organisationsnivå.

Frida Perner



TREND #4

Utforma inköps- och logistikarbetet för att maximera den externa kundnyttan

Att kunderna dominerar den moderna försörjningskedjan är en sedan länge etablerad sanning. Frågan är hur växelverkan mellan inköp/logistik och kundnytta bäst ska utföras. När de stora teknologiska trenderna undersöks rapporterar exempelvis Gartner att det vi ska se upp för är: automatisering, business analytics, AI-driven teknologi, digitaliserade organisationer, moln-drivna tjänster, blockchain samt smart stadsutveckling. Sammanfattat kan det beskrivas som att informationsflödet växer och automatiseras. Detta flöde driver hur vi kan analysera marknader och genom digitalisering och smart stadsutveckling utvecklas distribution. Blockchain ger utrymme för en mycket avancerad och differentierad prissättning. Vi kan alltså se framför oss en dramatisk utveckling inom information och närdistribution. Detta kommer att skapa helt nya utmaningar

för den moderna logistikorganisationen. För att kunna hantera kraften i denna utveckling, och de kundkrav som kommer att bli resultatet, krävs en ansats inom inköp och logistik som också kan dra nytta av digitalisering och automatisering. Vi kommer att se mycket mer av digitalisering och automatisering i hela kedjan, bland annat i form av elektronisk "spend management", automatiserade varulager och på sikt även automatiserade transporter.

Lars Silver



TREND #5

Att säkerställa att våra leverantörer efterlever vår uppförandekod (code of conduct)

Det känns bra att se att på plats fem över prioriteringar och viktiga områden så återfinns "Att säkerställa att våra leverantörer efterlever vår uppförandekod (code of conduct)". Det här visar att företag och organisationer inte bara har ambitionen att kommunicera sin uppförandekod till leverantörer utan att de också arbetar med att säkerställa att uppförandekoden efterlevs.

Arbetet med att säkerställa efterlevnad är omfattande, tar tid och är ett kontinuerligt arbete. Genom att kommunicera uppförandekoden och kräva följsamhet höjer man medvetenheten hos sina leverantörer och uppmanar dem att integrera och driva hållbarhet i deras egna verksamheter. Man sätter förväntningar, ställer krav, följer kontinuerligt upp och hjälper de leverantörer som brister till att utvecklas till det bättre. Då leverantörskedjor i många fall är komplexa och innehåller leverantörer i flera led, är det en stor utmaning att säkerställa att samtliga leverantörer i en leverantörskedja agerar i enlighet med uppförandekoden. Då bolag börjar arbetet med att säkerställa efterlevnad så är det naturligt att det första steget är att fokusera på förstaledsleverantören. Man kommunicerar uppförandekoden, instruerar dem att signera den och instämna i att de i sin tur ansvarar för att säkerställa efterlevnad längre ner i kedjan. Det är få bolag i dagsläget som också kommunicerar sin uppförandekod

för leverantörer samt följer upp med audits när det gäller andraledsleverantören och leverantörer längre ner i kedjan. Men hållbarhetsproblem tenderar att finnas bland företagens indirekta leverantörskedjan som är en del av den förlängda leverantörskedjan. Risker är stora att det är hos de indirekta leverantörerna snarare än de som företaget har direktkontakt med där brister finns. Det är därför viktigt att fundera på hur man kan arbeta med leverantörer längre ner i kedjan. Exempel på vad man som bolag kan göra är att delta i branschsamarbeten och där tillsammans med andra i branschen engagera leverantörer och påverka dem. Genom att samarbeta med andra i branschen och ta fram gemensamma branschstandarder finns möjlighet att nå också de indirekta leverantörerna längre ner i kedjan. Ett annat sätt är att engagera sig politiskt, att samarbeta med lokala regeringar, för att påverka lagar och förordningar. Ett tredje sätt är att reducera antal leverantörer i kedjan. På så vis blir det något enklare att få bättre överblick och kunskap om sina leverantörer också längre ner i kedjan.

Katarina Arbin



TREND #6

Customer value (internt kundfokus)

Är det en tydlig trend som syns inom Supply Chain så är det fokus mot kunden. Under de senaste åren har mycket fokus lagts på att förstå kunden. Internet of things-revolutionen hjälper företag att bättre lära känna kunders krav på prissättning och leveransförväntningar. Genom denna kunskap kan företag använda sig av olika prissättningsstrategier för att bättre matcha utbud och efterfrågan. Exempelvis genom dynamisk prissättning och kundanpassad prissättning. På samma sätt kan kundernas förväntan på leverans matchas med differentierade distributionskedjor. Inte minst centralt är att bygga relationer till leverantörer som gör att arbetet med att hitta exakt rätt kundanpassad lösning underlättas. Detta kräver god kunskap om olika leverantörer, vilket i sin tur kräver ett funktionellt nätverk. På detta sätt integreras inköp med leverans

och kundbearbetning. I takt med att integrationen av mjukvara som kan sprida information om kunders behov, samt leverantörers kapacitet, ökar möjligheterna att hitta rätt matchning mellan kvalitet och prissättning för den unika kunden. Detta innebär en ökad effektivitet i prissättningen, vilket också ökar antalet lönsamma kunder för företaget. Att ge kunden exakt den kvalitet till exakt det pris kunden kan tänka sig att betala är just varför det internt kundfokus är en stadigvarande faktor bland de största trenderna inom Supply Chain management.

Lars Silver



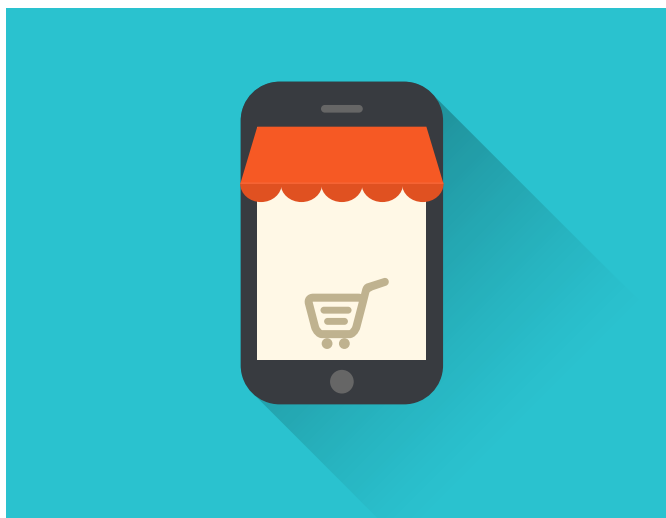
TREND #7

Öka användandet av elektroniska inköpssystem (avrops/beställarsystem)

Inom inköp är "spend management" centralt. Idag finns ett antal elektroniska inköpssystem som kan användas även av mindre företag. Genom dessa system kan organisationer av alla storlekar kontrollera sitt inköpsflöde och sätta upp sina egna attesteringsystem, i syfte att skapa en mer enhetlig och konsistent "Spend culture". Systemen används inte minst för att se till att rätt nivå attesterar rätt fakturor och att budgetrestriktioner följs. På detta sätt kan ekonomifunktionen hantera överspendering. Fakturahantering, budgetering och mejlhantering samlas i ett enhetligt system. Utmaningen är att koppla inköpssystemet med det övergripande affärssystemet så att produktion, finansiering och inköp kan koordineras. I köpet av system värderas användbarhet, funktionalitet, support

och pris högst. Särskilt värderas enkelhet och support. Utmaningar är fortfarande att bibehålla samma funktionalitet i mobilapplikationer så att inköpare kan hantera systemen på distans. Många stora organisationers interna system utmanas nu av mindre aktörer som ofta har betydligt mer lätthanterliga inköpta standardssystem. Elektroniska inköpssystem är här för att stanna och det är de små, standardiserade systemen som håller på att vinna.

Lars Silver



TREND #8

Skifta fokus från prispress/rabatter till samarbete och utveckling

Det finns sedan länge ett helt fält inom ekonomi som ägnar sig åt det något paradoxala fältet "co-opetition". Enligt detta synsätt så finns förutom den klassiska transaktionsekonomin en ekonomisk ordning där olika aktörer samarbetar och konkurrerar på samma gång. Även stora fullfjädrade företag som IKEA har med åren lärt sig att konkurrens, makt över försörjningskedjan och ett enkelsidigt underleverantörsförfarande leder både till kortsiktig prispress och långsiktig brist på innovation. Att vara bäst på förhandling, men att vara sämre på att utnyttja leverantörskedjors förmåga till utveckling och anpassning, leder långsiktigt till sämre förutsättningar till innovation i kedjan. Bara genom att

fullt utnyttja varandras kompetenser kan organisationer nå maximera försörjningskedjans potential. Idealet för Supply Chain brukade vara bilindustrins effektivitet från 1970-talets leaninspirerade och högt kontrollerade kedja. Idag är ett agilt, eller leagilt, agerande högst på agendan. Med en kombination av högt utvecklade informationssystem, där information kan delas mellan företag, finns stora möjligheter till parallella utvecklingsprocesser över hela kedjan.

Lars Silver



TREND #9

Att attrahera och utveckla rätt kompetenser

Trenden att kunna attrahera och utveckla rätt kompetenser ligger kvar på nionde plats. Men vad är rätt kompetens? Tidigare års trendrapporter förtjänstfullt pekat på hur man inom inköp och logistik bl a behöver kompetens kopplat till kategoristyrning, leverantörsanalys, riskanalys, optimeringsstrategier och drivandet av utvecklingsprojekt. Idag behöver vi dock lyfta blicken ytterligare och kombinera dessa mer klassiska kompetensområden med digital expertis. Det innebär inte nödvändigtvis att varje medarbetare behöver en djup teknisk kunskap om hur blockchain, AI, robotics, etc, fungerar, utan snarare har en förståelse för hur digitala teknologier kan användas för att öka effektiviteten, utveckla leverantörskedjor och förbättra interna arbetsprocesser och affärsmodeller. Hur ska vi då få tillgång till sådana kompetenser? I samtal med praktiker återkommer tre strategier: Företag som känner att de inte har tid eller resurser att utveckla kompetensen internt eller rekrytera in den, väljer istället att köpa upp eller inleda samarbete med mer teknikkunniga företag.

Här finns flera exempel, bl a samarbetet mellan Maersk, EY och Willis Tower Watson, kring användandet av blockchain. Andra företag väljer istället att försöka rekrytera in kompetenser från nya grupper av kandidater, som t ex data analysts och data scientists. Det kräver dock att man som företag vet hur man ska nå ut till dem, samt vilka typer av karriärvägar och belönings-system som dessa kandidater attraheras av. Den tredje, vanligaste strategin är att försöka utveckla kompetensen hos den befintliga personalen. Det kan göras genom att erbjuda utbildningar externt eller internt, utveckla nya typer av KPIer som mäter kompetensutveckling, och att se över belöningsystemen, så att attraktiva kompetenser belönas mer än t ex senioritet. Naturligtvis kan de tre strategierna kombineras, men den tredje strategin bör prioriteras, för att inte förlora de redan anställdas värdefulla kunskaper och kund/leverantörsrelationer.

Frida Perner



TREND #10

Skapa ett attraktivt employer brand för att säkra kompetens

En ny trend som tagit sig in på topp-10 listan i år är att skapa ett attraktivt employer brand för att säkra kompetens. Denna trend slog ut kategoristyrning, som tidigare legat på steg 10.

Ett möjligt skäl till denna utveckling är att många företag upplever att de har kommit långt i sitt kategoristyrningsarbete. Ett annat, sannolikt tyngre vägande skäl är att företag idag behöver rekrytera och utveckla nya kompetenser kopplade till digitalisering. Samtidigt är de individer som har digital expertis attraktiva på arbetsmarknaden och kan vara svåra att rekrytera och behålla i mer traditionella företag.

Många företag vittnar också om att de idag behöver ägna mycket tid och resurser åt att ställa om sig från en situation där de har varit marknadsledare och haft lätt att rekrytera talanger, till att plötsligt behöva konkurrera om dem med företag inom helt andra branscher. Som ett svar på detta ser vi hur man inom olika branscher, från tung verkstadsindustri till snabbväxande kunskapsintensiva tjänsteföretag, ägnar kraft och tid åt att bygga upp ett varumärke som en

attraktiv arbetsgivare. För att lyckas med det krävs det att företag både ser över sina interna möjligheter för medarbetarna till kompetensutveckling och stimulerande arbetsuppgifter, och vilka eventuellt nya grupper av kandidater som man vill vända sig till för rekrytering.

För att detta ska lyckas krävs ett gott samarbete mellan linjechefer och HR-avdelningar, för att kunna definiera vilka kompetensbehov som finns, hur de ska fyllas internt eller externt, samt hur man kan arbeta med talent management på nya sätt.

Här har chefer inom inköp, logistik och Supply Chain en viktig roll att fylla, eftersom det är de som ser bäst hur gränssnittet mot leverantörer förändras, och hur användandet av IoT, robotics och 3D-printing förändrar både produktionsverksamhet och transportmöjligheterna i leverantörskedjorna.

Frida Perner



Resultat – Topp 10 prioritering – Typ av organisation

Topp 10 prioritering – Privata organisationer/företag

Hur prioriterade är följande områden för din organisation? (Där 10 = Högt prioriterat och 1 = Inte alls prioriterat)



Topp 10 prioritering – Statliga organisationer (myndigheter)

Hur prioriterade är följande områden för din organisation? (Där 10 = Högt prioriterat och 1 = Inte alls prioriterat)



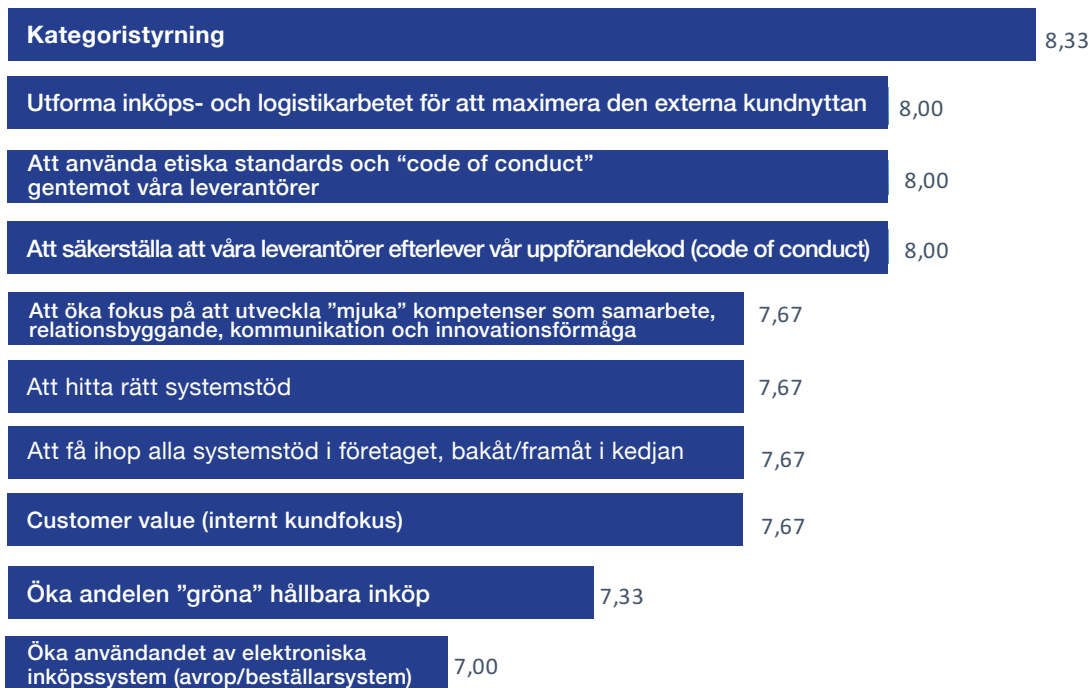
Topp 10 prioritering – Kommuner

Hur prioriterade är följande områden för din organisation? (Där 10 = Högt prioriterat och 1 = Inte alls prioriterat)



Topp 10 prioritering – Landsting/region

Hur prioriterade är följande områden för din organisation? (Där 10 = Högt prioriterat och 1 = Inte alls prioriterat)



Topp 10 prioritering – Statliga/kommunala bolag

Hur prioriterade är följande områden för din organisation? (Där 10 = Högt prioriterat och 1 = Inte alls prioriterat)



Fakta i undersökningen

Trendrapport 2019 innehåller de viktigaste prioriteringarna och trenderna just nu för inköpare/upphandlare, logistik- och andra strategiska specialister inom Supply Chain management.

Trenderna som presenteras i denna rapport bygger på en omfattande bevakning av internationell media och expertis inom Supply Chain management under 2018.

De bygger också på en nyligen genomförd undersökning bland 250 svenska inköps-, upphandlings- och logistikchefer i både offentlig och privat verksamhet.

Bakgrund och syfte

Silf har de senaste sex åren tagit fram en trendrapport där resultat från en egen genomförd undersökning bland inköps-, logistik- och Supply Chain-ansvariga har haft en central roll. Inför 2019 års trendrapport har undersökningen fokuserat på att undersöka vad man ser som de viktigaste frågorna just nu och vilka prioriteringar som görs.

Syftet med undersökningen är att undersöka vad svenska inköp-, upphandlings-, logistik- och Supply Chain-ansvariga ser som de viktigaste frågorna just nu och vilka prioriteringar som görs. Det övergripande syftet med undersökningen är att bidra till ökad kunskap inom inköps-, upphandlings- och logistikområdet.

Genomförande

Undersökningen är genomförd bland svenska inköps-, upphandlings-, logistik- och Supply Chain-ansvariga under perioden 3 oktober – 11 november 2018.

Undersökningen är genomförd via en elektronisk enkät. Totalt antal svar: 250 stycken (svarsfrekvens på 9%). Enkäten är skickad till ett urval av ledande befattningshavare inom inköp och logistik, både inom privat näringsliv och till offentliga verksamheters organisationer inom olika sektorer.

Trendrapport 2019 innehåller de viktigaste prioriteringarna och trenderna just nu för inköpare/upphandlare, logistik- och andra strategiska specialister inom Supply Chain management.

Trenderna som presenteras i denna rapport bygger på en omfattande bevakning av internationell media och expertis inom Supply Chain management under 2018. De bygger också på en nyligen genomförd undersökning bland 250 svenska inköps-, upphandlings- och logistikchefer i både offentlig och privat verksamhet.

Länktips

Här följer ett antal länktips för dig som vill veta mer om olika aktuella tendenser inom Supply Chain Management och om hur de nya trenderna influerar företag och organisationer runt om i världen;

www.theferrarigroup.com

www.risnews.edgl.com

www.supplymanagement.com

www.procurementleaders.com

www.esourcingforum.a

www.internetretailer.com

www.theguardian.com

www.greenbiz.com

www.inc.com

www.mypurchasingcenter.com

www.mckinsey.com

www.digikey.com

www.supplychaindigital.com

www.findtheedge.co

www.procurement-online.com

www.community.kinaxis.com

www.lekkerland.com

www.inkop24.idg.se

www.sloanreview.mit.edu

www.supplychain247.com

www.cognizant.com

www.scdigest.com

www.dupress.com

www.hbr.com

www.silf.se



Sverige och Nordens ledande aktör inom inköp, upphandling, logistik, förhandling och juridik, erbjuder dig kurser och certifieringsprogram för din kompetens och karriärutveckling.

Kistagången 2 Box 1278 164 29 KISTA 08-752 16 70 silfonline@silf.se www.silf.se



Sverige och Nordens ledande aktör inom inköp, upphandling, logistik, förhandling och juridik, erbjuder dig kurser och certifieringsprogram för din kompetens och karriärutveckling.

Kistagången 2
Box 1278
164 29 KISTA
08-752 16 70
silfonline@silf.se
www.silf.se