

Leverantörs-tillit i bilindustrin

Tillit. Ett ord som de flesta av oss enkelt både kan relatera till och tycker är viktigt. Trots det intuitiva i ordets natur så är det kanske inte lika självklart vad ordet innefattar, hur det bör definieras och hur man skall kunna utvärdera det. Det har visat sig att dessa frågor inte bara är relevanta för privatpersoner, utan även något av ökat intresse för företag

*Av: Carl Andersson & Johan Tharing
Avdelningen för Teknisk Logistik, LTH*

Bilindustrin är komplex och många aktörer behöver samverka för att tillmötesgå de krav som ställs av myndigheter och konsumenter världen över. Underleverantörerna som tillhandahåller tjänster och komponenter spås i framtiden få ökat inflytande i hela värdekedjan. I och med detta så ökar samtidigt behovet för biltillverkarna att välja leverantörer som inte utnyttjar detta för egen vinning. Med andra ord en leverantör det går att lita på. För att förstå mer om detta gjordes, under våren 2017, vårt examensarbete på Volvo Cars inköpsavdelning. Efter 26 kvalitativa intervjuer och ett frågeformulär med 73 respondenter, kunde totalt fem slutsatser dras.

Slutsatserna var bland annat att olika förhållningssätt och syner på tillit existerar. Förhållningssätten är personberoende där tillit antingen är förutsatt eller förtjänat. Alltså att en leverantör antingen behöver arbeta för att bevara tillit jämfört med att denne behöver förtjäna den från första början. Gällande synen på tillit, visade den sig bestå av en kombination av hårda och mjuka värden. Detta betyder att personer som utvärderar nivån av tillit gentemot en leverantör tar hänsyn både till faktabaserade egenskaper, men också till mer känslobaserade sådana. Vidare framgick det i studien att leverantörs-tillit helt och hållet placeras i företaget. Dock influeras denna tillit, beroende på vem man frågar, olika mycket av företagets representanter.

En annan slutsats som nåddes var att om tillit till en leverantör finns, medför detta i stort sett endast positiva effekter. Det framgick att både relationer och det dagliga arbetet förbättras, samt att själva processen att göra affärer mångt och mycket är beroende av att det finns tillit

mellan parterna. Vidare anses tillit vara en viktig parameter att inkludera i en leverantörsvalsprocess, men att det inte ska prioriteras över till exempel pris. För att vidare definitivt kunna utvärdera huruvida tillit skall prioriteras över andra beslutskriterier, bör de positiva effekterna av tillit istället uttryckas i kronor och ören.

Slutligen resulterade studien i slutsatsen att de finns nio kvaliteter en leverantör bör besitta för att anses vara trovärdig. Dessa kvaliteter relaterar till hårda värden såsom transparens och uppfyllandet av grundläggande krav, men även till mjuka värden såsom att visa tillgivenhet. Genom matematisk beräkning och statistisk analys kunde dessa kvaliteter tilldelas en vikt mellan 0 och 1. Vikten representerar således dess betydelse för att skapa tillit. Samtliga identifierade kvaliteter och dess vikt, kan ses i tabellen nedan.

KVALITETET	VIKT
GRUNDLÄGGANDE KRAV	0,17
ÄRLIGHET	0,15
PROFESSIONALISM	0,12
TRANSPARENS	0,11
KOMMUNIKATION	0,11
ERFARENHET	0,11
TILLGIVENHET	0,08
STRATEGISK MATCHNING	0,08
TILLTALANDE KOMPETENSER	0,07

Kvaliteter som resulterar i tillit

Genom identifieringen av kvaliteterna och dess vikter kunde slutligen två ramverk skapas; ett för att bedöma trovärdigheten av en leverantör; och ett för att jämföra trovärdigheten mellan flera olika leverantörer.

Lund, 26 juni 2017