

## Martec International og RELEX Solutions presenterer «State of the Retail Supply Chain 2016»

**Oslo, mai 2016.** Analyseselskapet Martec International har i samarbeid med RELEX utarbeidet rapporten «State of the Retail Supply Chain 2016». Studien baserer seg på intervjuer med 126 detaljvirksomheter/kjeder med årlig omsetning på minst 100 millioner EUR, og gir et innblikk i hva ledere innen detaljhandelen opplever som de største og viktigste utfordringene med sine forsyningskjeder, samt hvilke prioriteringer de har for sine forsyningskjedeløsninger. Denne artikkelen presenterer kort de viktigste funnene for Norden.

Tidligere år har rapporten blitt utarbeidet for retailere lokalisert i Storbritannia; i år inkluderer den også Norden, Tyskland og Nord-Amerika. Kombinert omsetter kjedene som har blitt intervjuet for mer enn 550 milliarder Euro, og rapporten gir derfor et viktig innblikk i dagens forsyningskjedesituasjon for bransjen.

Av det totale antallet som om ble intervjuet var 19% basert i Danmark, Finland, Sverige eller Norge. Til sammen hadde deltakerne en årlig omsetning er på 40 milliarder Euro, noe som utgjør 21% av det nordiske retailmarkedet.

Resultatene viser at nordiske retailere opplever mange av de samme utfordringene som de øvrige deltakerne i studien, men skiller seg ut på noen punkter. Det viser seg blant annet at:

- Nordiske retailere synes det er vanskelig å effektivt prognostisere etterspørselen fra promoteringer og reklamekampanjer (84%)
- En annen stor utfordring for nordiske retailere er å øke tilgjengeligheten av varer uten å øke lagerbeholdningen (56%)
- Nordiske retailere vurderer synligheten i sine forsyningskjeder relativt likt som resten av deltakerne i studien (6.0 vs 6.2 av en skala på 10)
- Sammenlignet med resten av studien, håndterer de lavere omsetningsverdi per årsverk.

Studien viser at nordiske forsyningskjedeledere vurderer det å klare å øke tilgjengeligheten av varer uten å øke lagerbeholdningen som en stor utfordring. Samtlige land i studien rangerer dette punktet blant de tre største utfordringene, men nordiske detaljhandlere mener altså at dette topper listen.

Videre viser det seg at nordiske retailere skiller seg ut fra de øvrige landene i studien når det kommer til effektiv håndtering av vareforsyning til kampanjer promoteringer. Hele 84% av de nordiske retailerne i studien synes at det er utfordrende å prognostisere effektivt for kampanjer og aktiviteter/reklame, mens snittet for hele undersøkelsen er på 64%. Grunner til denne forskjellen kan diskuteres, men studien foreslår at mange nordiske selskaper har nyere og mer moderne analyse- og planleggingssystemer enn

andre land, og er av den grunn mer kapable til både å se og analysere virkningene av kampanjer, og derfor opplever temaet som viktig.

Fred Graham, Country Manager Norge kommenterer: «Dette samsvarer godt med hva kjedene forteller oss når vi diskuterer modernisering av vareforsyningsløsningene med dem. Kampanjer er krevende – og kostbart når man ikke har verktøy for å være presis nok med vareforsyningene ned på butikknivå. Det blir som oftest for mye eller for lite, og konsekvensene er både tomme hyller, misfornøyde kunder – og ukuranse/overskuddslagre som ingen ønsker etter sesongslutt».

Nordiske land rangerer synligheten i deres forsyningskjede relativt likt som øvrige land, og kan derfor sies å ha den samme type utfordringer knyttet til synlighet i sin forsyningskjede som andre.

Når det gjelder produktivitet, viser nordiske retailere et stort forbedringspotensial. Studien viser at produktiviteten her er mye lavere enn for resten av deltakerne i studien. I Norden gjør en gjennomsnittlig ansatt prognostisering og varepåfylling for gjennomsnittlig 85 millioner Euro i salgsverdi årlig. Dette er mye lavere enn gjennomsnittet for studien, som ligger på 172 millioner Euro per ansatt.

Den gjennomsnittlige størrelsen på detaljhandlere i Norden er betydelig mindre enn i Nord-Amerika, men sortimentet er ofte like bredt innen flere av kategoriene, slik at man ikke kan oppnå de samme stordriftsfordelene. Det er bredden på sortimentet som er avgjørende for bemanningsbehovet innen forsyningskjeden, ikke antall salgskanaler eller antall butikker – selv om dette også kan ha en betydning.

«Dette viser at det er et stort potensiale i å bruke moderne løsninger som kan øke både presisjon og effektiviteten i arbeidet knyttet til vareforsyning», forteller Fred Graham.

Detaljhandlere i Norden med mer enn én salgskanal har marginalt større sannsynlighet for å operere med ett enkelt hovedlager enn hva som er gjennomsnittet for studiedeltakerne (48% sannsynlighet i Norden mot 43% sannsynlighet for alle land).

Dersom du ønsker mer detaljer og informasjon, kan hele rapporten lastes ned gratis fra vår hjemmeside her: <http://hub.relexsolutions.com/state-of-the-retail-supply-chain-2016>