



Digitalisierung im strategischen Einkauf

Aufgabenstellung/Zielsetzung

Das behandelte Thema hat heute viele Ansätze und Theorien. Es werden zahlreiche Forschungsarbeiten und Studien in verschiedenen Branchen geführt. Die Aufgabe bestand darin, die Fassade der Digitalisierung im strategischen Einkauf aufzuzeigen und strukturiert darzustellen. Dabei sollten die Kernprozesse des Einkaufs auf den Digitalisierungsgrad untersucht werden. Ein einheitliches und strukturiertes Gesamtbild zum genannten Thema wurde während der Bearbeitung dieser theoretischen Arbeit angestrebt.

Vorgehensweise

- Definition des Begriffes „Digitalisierung“ im Einkaufsbereich, sowie Abgrenzung zu „Industrie 4.0“ und „Einkauf 4.0“
- Untersuchung von Studien und Expertenmeinungen zur digitalen Entwicklung
- Genauere Beschreibung von strategischen Einkaufsprozessen unter Berücksichtigung digitaler IT-Lösungen

Ergebnisse

Die Menschen sehen diesem Thema jedoch noch skeptisch entgegen. Aufgrund von vielen Risikofaktoren zögern die Unternehmen neue Investitionen zu tätigen.

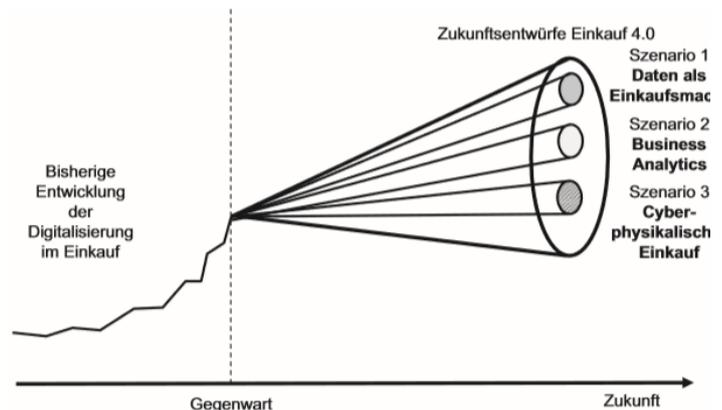
Durch die Digitalisierung von Prozessen wird Transparenz und Schnelligkeit in den Abläufen erreicht.

Fehlenden Sicherheitsstandards stellen eine der größten Hürden dar, die eine globale Netzanbindung erfordert. Denn das Hauptziel des strategischen Einkaufs besteht im Aufbau eines transparenten und unternehmensübergreifenden Lieferantenmanagements.

Kleemann & Glas zeigen drei Zukunftsszenarien für den Einkauf auf Basis aktueller Trends. Somit wird die Bandbreite des Einkaufs bestens veranschaulicht.

„The time is now“ – wer die Transformation aufschiebt und erst aus einer Krise reagiert, steht am Ende womöglich vor einer unlösbaren Aufgabe. Wer jetzt beginnt, Erfahrungen zu sammeln und aktiv aus Fehlern zu lernen, wird die Früchte der Digitalisierung ernten.“

(Hölscher B.F.)





Titel

Aufgabenstellung/Zielsetzung

Vorgehensweise

Ergebnisse

Name:

Semester: WS/SS Betreuer/in: