

## Fyra av tio inköp görs utanför inköpschefens kontroll

Resultaten från KPMGs globala inköpsrapport avslöjar en låg inköpsmognad hos företagen. Hela 40 procent av företagens inköp görs utanför inköpsavdelningens kontroll. I studien framkom också att endast 31 procent av inköpsavdelningarna är involverade i strategiska beslut som exempelvis om företaget ska tillverka eller köpa in en produkt.

KPMGs internationella rapport "The Power of Procurement", som är framtagen i samarbete med CPO Agenda och omfattar 585 inköpschefer, visar att många inköpsfunktioner ses som enbart stödfunktion i företagen. Inköpsfunktionen påverkar i snitt mindre än 60 procent av företagens totala inköpsvolym. Det betyder att 4 av 10 inköp görs utanför inköpsavdelningens kontroll. I studien framkom också att endast fyra av tio inköpsavdelningar är med och riskbedömer leverantörskontrakt, vilket gör att många organisationer inte har en uppfattning om eller kan värdera sin leverantörsrisk. Bara 4 procent av företagen säger sig vara "exceptionellt bra" på att värdera risker i sin egen leverantörskedja.

– Inköp har länge ansetts vara en supportfunktion som säkerställer lägsta pris och bästa möjliga leveranstid. Självklart står kostnadsbesparingar högt på agendan i dagens osäkra ekonomiska läge, men organisationer som inte klarar av att göra skillnad på kortsiktiga besparingar och att leverera bestående värde kommer att få det svårt, säger [Robert Liljeblad](#), ansvarig för inköpsrådgivning på KPMG.

Studien visar att inköpsfunktionen stöder och skapar värde för företagen. Trots det är endast 31 procent av inköpsavdelningarna involverade i strategiska beslut som berör dem, till exempel om företaget ska tillverka eller köpa en viss produkt.

Av studien framgår även att i en femtedel av företagen krävs fortfarande manuell handpåläggning vid minst 30 procent av fakturahanteringen, vilket visar att organisationer inte fullt ut har realiserat värdet av sina IT-investeringar. Generellt visar KPMGs studie att företag kan bli mycket bättre på inköp och att en bra inköpsfunktion bidrar till bättre resultat.

– Om inte företagen involverar sin inköpsavdelning i större utsträckning riskerar inköpsbesluten att lämnas åt slumpen eller personliga relationer, något som få bolag har råd med i längden. Involvera inköpsavdelningen i ett tidigt skede och inse att deras uppgift inte bara är att pressa priserna, avslutar Robert Liljeblad.

Rapporten finns att ladda ner från [kpmg.se](http://kpmg.se)

### För mer information, vänligen kontakta:

Robert Liljeblad ansvarig för inköpsrådgivning KPMG, tel. 073-327 22 57, [robert.liljeblad@kpmg.se](mailto:robert.liljeblad@kpmg.se)

Joakim Löfgren, Presskontakt KPMG, tel. 070-653 00 77, [joakim.lofgren@kpmg.se](mailto:joakim.lofgren@kpmg.se)

### Om KPMG

KPMG erbjuder branschspecifika och kvalificerade tjänster inom revision, skatt och rådgivning. Genom vårt globala nätverk är vi ett av världens ledande kunskapsföretag med 145 000 specialister i 152 länder. I Sverige har vi stark lokal förankring med 1 600 medarbetare på 60 orter.