

Hankinnan suunnittelu ja

markkinavuoropuhelu



20.04.2021

Pohjois-Karjalan hankintoimi

J•ENSUU

Pohjois-karjalan hankintatoimi pähkinäkuoressa

- Vastaa yhteistyötahojen tavaroiden ja palveluiden yhteishankinnoista
- Kilpailuttaa myös yhteistyötahojen erillishankintoja
- Hankintatoimi on yhteistyötahon “tahtotilan toteuttaja”
 - Hankinnasta vastaava hlö/ryhmä määrittelee itse hankinnan sisällön ja valintaperusteet
 - Hankintatoimi avustaa määrittelytyössä ja vastaa hankinnan lainmukaisesta toteuttamisesta
- Yhteistyötahoja yhteensä 69 kpl
- Perustettu vuonna 2007
- Vuoden 2016 loppuun saakka Joensuun seudun hankintatoimi
 - 1.1.2017 alkaen Pohjois-Karjalan hankintatoimi
- Pohjois-Karjalan hankintatoimi kuuluu Joensuun kaupungin organisaatioon

Tilastoa vuodelta 2020

- Hankintatoimi kilpailutti vuonna 2020 330 kilpailutusta (2019 343 kilpailutusta)
- Kilpailutusten arvo vuonna 2020 oli 292-293 miljoonaa euroa (2019 341-348 miljoonaa euroa)
- Suurin osa hankinnoista palveluhankintoja
 - Palveluhankintojen osuus 46 %
 - Rakennusurakoiden osuus 26 %
 - Tavarahankintojen osuus 28 %
- Tarjouksia kilpailutukseen saapui vuonna 2020 noin 3,8 tarjousta per kilpailutus
 - Vuonna 2019 vastaava luku oli noin 4,4 tarjousta per kilpailutus

Tilastoa vuodelta 2020 – paikallisuus ja rakennusurakat

- 60,1 % hankinta-asioista on väh. yksi paikallinen sopimustoimittaja
- 70,8 % hankinta-asioista on kilpailutukseen tarjonnut väh. yksi paikallinen tarjoaja
- 96,8 % hankinta-asioista on kilpailutusvaiheessa tarjouspyyntöön tutustunut väh. yksi paikallinen toimittaja
- Vuonna 2020 tehtyjen rakennusurakkakilpailutusten arvo oli yhteensä 75,5 miljoonaa euroa alv. 0 %
 - Pohjoiskarjalaisten yritysten osuus euromäärästä oli 86,48 % eli noin 65,3 miljoonaa euroa
 - PK-yritysten osuus euromäärästä oli 92,94 % eli noin 70,1 miljoonaa euroa

Paikallisten tarjoajien menestymismahdollisuudet

- Miten paikallisten toimijoiden mahdollisuuksiin voi vaikuttaa:
 - Informointi
 - Julkisten hankintojen koulutus ja tietoisuuden lisääminen
 - Tarjoamisen kynnyksen madaltaminen
 - Osatarjousmahdollisuus vai kokonaishankinta?
 - Etäisyyksien merkitys valintaperusteisiin
 - Esim. huollon vasteaika -> läheltä tuleva on paikalla nopeammin
 - Esim. leipomotuotteissa aikaisempi toimitusmahdollisuus (ja tuoreena)
 - Paikallistuntemuksen merkitys?
- Valintaperusteella täytyy oikeasti olla olennainen yhteys hankinnan toteuttamiselle ->
 - Muussa tapauksessa syrjivä vaatimus
- Yritykset auttaa paikallisia toimijoita voidaan helposti tulkita suosimiseksi
 - Syrjivät valintaperusteet -> Voi johtaa markkinaoikeuteen
- Verkostoituminen ja kyky tehdä yhteistyötä on erittäin tärkeää, esim. yhteenliittyminä tarjoaminen

Hankintalaki antaa raamit

1 § Lain tarkoitus: ”Valtion ja kuntien viranomaisten sekä muiden 5 §:ssä tarkoitettujen hankintayksiköiden on kilpailutettava hankintansa ja käyttöoikeussopimuksensa siten kuin tässä laissa säädetään.”

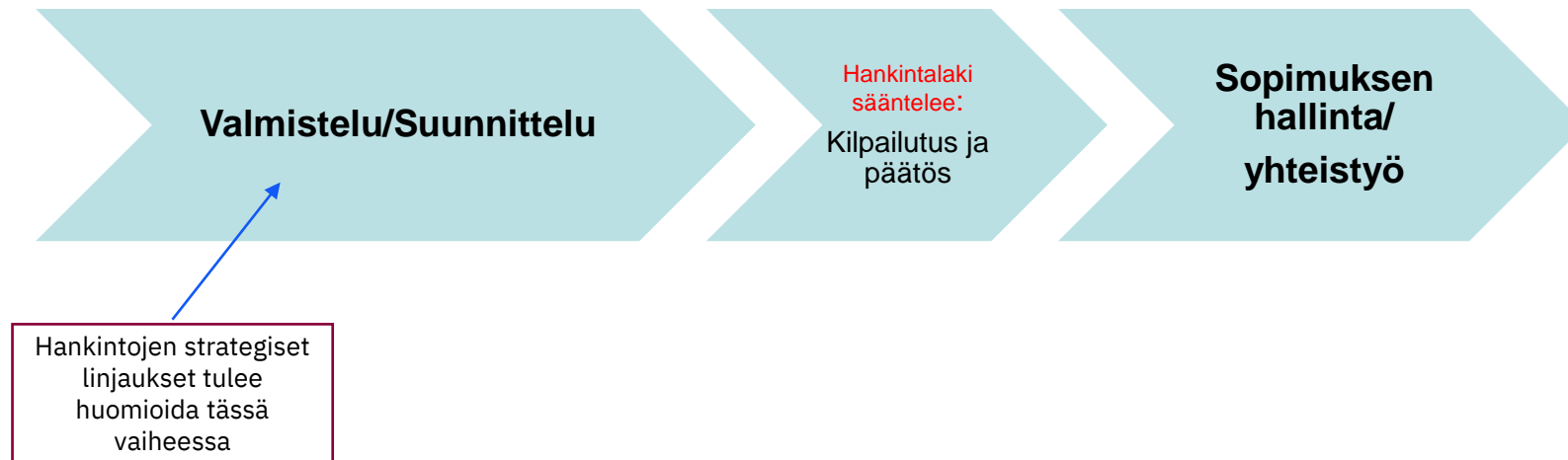
2 § Lain tavoite: ”Lain tavoitteena on tehostaa julkisten varojen käyttöä, edistää laadukkaiden, innovatiivisten ja kestävien hankintojen tekemistä sekä turvata yritysten ja muiden yhteisöjen tasapuoliset mahdollisuudet tarjota tavaroita, palveluja ja rakennusurakoita julkisten hankintojen tarjouskilpailuissa”.

- Hankinnoissa neljä periaatetta
 - Syrjimättömyysperiaate
 - Avoimuusperiaate
 - Yhdenvertaisuusperiaate
 - Suhteellisuusperiaate
- Pienhankinnat eivät ole hankintalain soveltamisalassa
- Hankintoja valvoo Suomessa Kilpailu- ja kuluttajavirasto

”HANKINTALAKI EI KIELLÄ JULKISEN HANKKIJAN JA YRITYSTEN VÄLISTÄ YHTEISTYÖTÄ”

MARKKINAKARTOITUS 65 §
TARJOAJAN OSALLISTUMINEN VALMISTELUUN, ETURISTIRIIDAT 66 §

* NELJÄ HANKINTALAIN PERIAATETTA



Hankinnan suunnittelu – varaa aikaa!

- **Tarve ja tavoite**

- Nykytila? Mitä halutaan muuttaa, säilyttää, kehittää?
- Mitä tarvitaan? Mitä hankinnalla tavoitellaan? Tehdäänkö itse vai ostetaanko?
- Hankinnan aikataulu

- **Hankittava hyödyke/palvelu**

- Mitä tarvitsemme? Mille toimialalle, hankkeelle tai maantieteelliselle alueelle?
- Vaatimusten määrittely/Vähimmäisvaatimustaso?
- Millainen on tilaus-toimitusketju?

- **Markkinakartoitus/ vuoropuhelut / tietopyynnöt**

- Mitä yrityksiä olemassa? Missä ne sijaitsevat? Pk-yritysnäkökulman huomioiminen?
- Millainen kilpailutilanne? Tarjonta? Mahdollisuus kehittää uutta?
- Mikä on hintataso?

- **Hankintamallin määrittely**

- Kuinka monta toimittajaa valitaan? Jos useita, mikä on sopimuksen sisäinen toimintamalli?
- Mikä hankintamenettely?
- Mitä relevantteja valintaperusteita käytetään? Hinta vai hinta ja laatu? Pisteytys ja niiden painoarvot?
- Sopimuskauden pituus ja sopimuksen sanktiot tai kannustimet?

- *Muista hankinnan innovatiivinen potentiaali! Annetaanko toimittajien ehdottaa ratkaisuvaihtoehtoja?*

Tarjouspyyntö on hankinnan tärkein asiakirja!

Mikä on markkinavuoropuhelu?

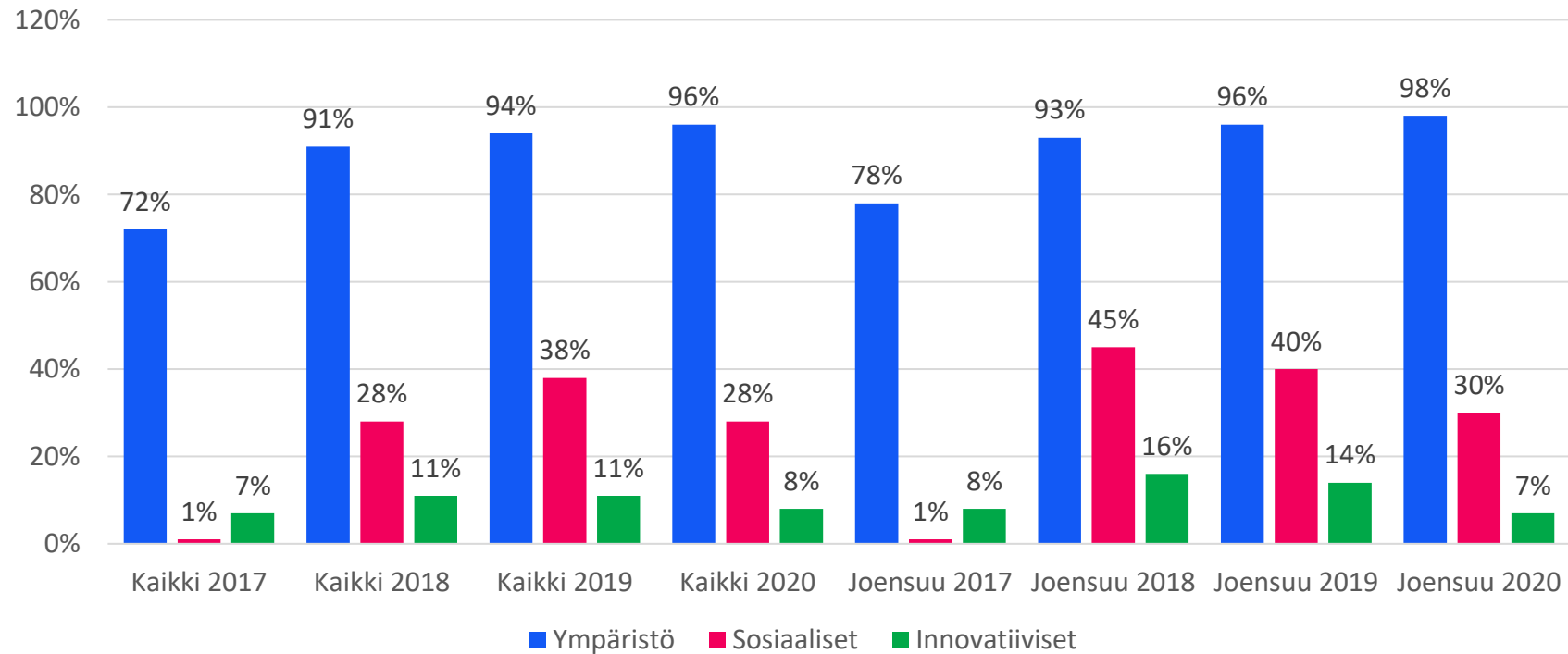
- ”Ennakoiva markkinakartoitus antaa toimittajille tietoa tavoitteista ja tarpeista, joihin tuleva hankinta vastaa. Yritykset saavat myös tietoa hankinnan suuruudesta ja aikatauluarviosta. Sen perusteella hankintayksikkö taas saa käsityksen tarjolla olevista erilaisista ratkaisuista tai palveluvaihtoehdoista” (Motivan julkaisu)
- Aiheita:
 - Toimialaa ja liiketoimintaympäristöä koskevat yleiset tiedot: yleinen kannattavuus, hinnoitteluperusteet, alan yleiset käytännöt, kehitysnäkymät, hankintatavat
 - Toimittajamarkkinoita koskevat tiedot: toimittajien lukumäärä, alueellinen tarjonta, kilpailutilanne, tulossa olevat muutokset
 - Toimittajayrityksiä koskevat tiedot: markkinaosuudet, osaaminen, tulevaisuuden suunnitelmat
 - Tuotteita tai palveluja koskevat tiedot: soveltuvuus, teknologinen kehitys, lisäpalvelut, osaaminen
- Keinoja:
 - HILMAssa ilmoitettu tietopyyntö, johon kirjalliset kommentit tai kutsu keskustelutilaisuuteen tai työpajaan
 - Tekninen vuoropuhelu, esim. toimittajatapaamiset, tarjouspyynnön kommentointi
 - Koekäytöt
 - Voi olla myös muita kanavia, jossa tavoitetaan *riittäväällä* laajuudella toimijat
 - Yritykset voivat käydä myös esittelemässä tuotettaan/palveluaan ennen varsinaisen hankintaprosessin käynnistymistä (tilaajat/hankintatoimi)
- Markkinavuoropuhelu voi olla myös osana hankintamenettelyjä, esimerkiksi neuvottelumenettelyssä tai kilpailullisessa neuvottelumenettelyssä
 - Hankintalaki määrittää mitä ja mistä voidaan neuvotella

Edellyttää hyvää suunnittelua!

Tilastoa vuodelta 2020 – Kilpailutuskriteerien käyttö

- Ympäristökriteerit otettiin huomioon noin 96 % kilpailutuksissa
- Sosiaaliset kriteerit otettiin huomioon noin 28 % kilpailutuksissa
 - Sosiaalisia kriteerejä ovat mm.
 - Työllistäminen tai harjoittelumahdollisuuksien tarjoaminen
 - Tasa-arvoiset ja turvalliset työolot
 - Palveluiden tai tavaroiden saavutettavuus ja esteetön käyttö
 - Eettinen ja reilu kauppa
- Innovatiiviset kriteerit otettiin huomioon noin 8 % kilpailutuksissa
 - Innovatiivisia tekijöitä hankinnoissa ovat olleet mm.
 - Toiminnan uusien toteutustapojen mahdollistaminen
 - Sopimuskauden aikainen kehittäminen laatulupauksien avulla
 - Innovatiiviset kalustamisratkaisut
 - Käänteisen kilpailutuksen hyödyntäminen uusissa sovellutuksissa
 - Kehittämispalkkioiden hyödyntäminen
 - Uusien tuotteiden ja palveluiden tuominen markkinoille
 - Dynaamisen hankintamenettelyn hyödyntäminen uusissa palveluissa

Kilpailutusriteerien käyttö





POHJOIS- KARJALAN HANKINTATOIMI

www.joensuu.fi/hankintatoimi

 [pohjoiskarjalanhankintatoimi](https://www.facebook.com/pohjoiskarjalanhankintatoimi)

J • ENSUU