

Polycynotat

Krav og ønsker til en god innkjøpsprosess

Innledning

Gode innkjøp fordrer at det er en del av institusjonens strategiske ledelse. For sykehus og forskning er det viktig at man ser at teknisk utstyr og support er en viktig del av virksomheten.

Mål med en innkjøpsprosess er at kunden får riktige produkter til riktig pris. Fokus må være fordelt på begge, både produkter og pris.

For å få til det må man få til god samhandling i alle ledd, mellom brukere og innkjøpere og mellom innkjøp og leverandørene.

Viktig at innkjøp er bevisst og bruker det handlingsrommet regelverket gir til samhandling. Sluttproduktet er noe annet og mer enn bare en avtale og noen produkter som skal leveres. Målet bør være at alle involverte i avtalen er fornøyde, både de som skal bruke produktene, innkjøpsfunksjonen og leverandør.

Hvordan tror dere håndteringen av en reklamasjon blir dersom marginene presses til det ytterste og vilkårene oppleves som urimelige?

Hvordan tror dere viljen til å yte litt ekstra er i slike tilfeller?

Svaret er at da vil leverandøren passe på å levere akkurat det man er forpliktet til og ikke noe mer.

For å få til gode innkjøp mener vi det er noen viktige punkter man skal vær oppmerksomme på.

1. Markedskunnskap

Kunden (kunden er for oss institusjonen) bør holde oversikt over hva som finnes i markedet. Spesielt brukere av produkter må ha mulighet til å orientere seg i markedet, hva som finnes, om det er noe nytt og aktuelle leverandører. Det bør være rom for besøk på fagmesser og utstillinger i forbindelse med fagmøter. I disse fora kan brukere oppdatere seg faglig både på hva som finnes av produkter og nyvinninger. Det gir også mulighet for kommunikasjon med leverandørenes produktspecialister, som er de som kan mest om det som skjer i markedet.

Før anskaffelser bør det inviteres til leverandørkonferanser der målet for innkjøp er å orientere seg om hva som finnes i markedet innen aktuell kategori. Konferansene bør både ha en fellesdel der det orienteres om planer og mulighet for hver enkelt leverandør til å møte innkjøp.

Mål med dette er å lage et så treffsikkert anbud som mulig.

2. Internt hos kunde

Viktig å etablere god samhandling mellom fag og innkjøp. Disse må ha respekt for hverandres roller

Det bør etableres faggruppe(r) med faglig representativ sammensetning

Disse bør engasjeres i analyse av behov, skaffe informasjon om aktuelt marked: Hvilke produkter og løsninger er tilgjengelige, hvilke leverandører eller leverandørgrupper er aktuelle og være med på konferanser med aktuelle leverandørgrupper felles og individuelt

3. Utforming av anbudet

3.1. Dokumentasjonskrav

I anbud bør generelle kvalifikasjonskrav besvares med «tilfredsstilt» eller «ikke tilfredsstilt». Den etterspurte dokumentasjon bør så kreves fremlagt kun av den/de som innstilles til kontraktstildeling. Dette vil skape en betydelig forenkling.

3.2. Kontrakter og kontraktsmaler

Bruke faste maler for anbud i samme institusjon, helst også for samme type institusjon.

Gjerne samme maler som andre institusjoner i samme kategori.

Passe på at man bruker riktig mal, dvs mal for utstyr når det gjelder det og mal for forbruk når det gjelder det.

Bruke anerkjente kontraktsstandarder. Priser henger sammen med risiko. Leverandører kalkulerer risiko knyttet til kontrakten.

Erstatningsansvar bør ikke pålegges ut over det som framkommer i lovgivingen, for eksempel kjøpslov og produktansvarslov.

3.3. Priser og prisreguleringer

Utgangspunktet her må være at kunde betaler gjengs pris for et produkt på leveringstidspunktet. Altså det samme som vi alle opplever når vi kjøper noe.

Innskrenkinger i dette prinsippet øker risikoen for leverandøren og vil medføre en risikopremie.

Ut fra dette prinsippet mener vi at faste priser i bestemte tidsrom ikke er riktig. Faste priser i lengre perioder er ikke akseptabelt. Bestemmelser om prisregulering må være balansert utformet.

Valutaforbehold må være tillatt og også balansert utformet. Terskelverdi før regulering kan finne sted bør være relativt lav, for eksempel ved valutakursendring utover 2%, og da kan regulering gjennomføres for hele endringen (dvs ikke bare for endring over terskelverdien) Rigide bestemmelser som hindrer regulering når leverandørens kostnader endres bør unngås.

3.4. Miljøkrav

Ved rammeavtaler for forbruksmateriell vil korte leveringstider og krav om ubegrenset bruk av fri frakt føre til økte kostnader i verdikjeden (for eksempel flyfrakt og emballasje).

Krav til etisk handel: Relevante og konkrete krav som kan etterleves. Ønskelig at oppdragsgiver innarbeider kravene i et skjema leverandørene kan videresende sine leverandører/produsenter for besvarelse.

Miljøkrav må være relevante og konkrete så de har betydning for aktuell leveranse og kan etterleves, dokumenteres og evalueres. Fortrinnsvis bruke kjente elementer fra kjente standarder som Miljøfyrtårn eller ISO 14001 ved oppstilling av krav.

3.5. Kravspesifikasjonen

Kravspesifikasjonen bør definere behovet som skal dekkes, ikke nødvendigvis beskrive produkt.

For å sikre at nye produkter og ny teknologi ikke utelukkes i konkurransen, bør oppdragsgiver unngå å spesifisere type teknologi eller metodikk.

Unngå konkurransebegrensende beskrivelser.

Ved rammeavtale må innfasingsperiode for ny leverandør angis.

Lage tildelingskriterier så konkrete som mulig, som kan etterleves og som fører fram til beste løsning.

Ved levering av instrumenter må levetidskostnader (5-7 år) tas inn ved tildeling, dvs innkjøpspris, servicekostnader og forbruk over en lengre periode.

I helsesektoren må helseøkonomiske vurderinger tas i bruk (kvalitet i forhold til pris)

Frist for spørsmål: Må ligge så nær tilbudsfristen som praktisk mulig.

Der hvor småinstrumenter inngår som en del av «anbud forbruksmateriell» må dette spesifiseres nærmere i omfang. Lab Norge mener småinstrumenter er instrumenter med kjøpesum inntil kr 10.000 eks. mva.

Kravspesifikasjonen bør sendes på høring blant aktuelle leverandører for å luke ut konkurransehindrede bestemmelser. Alle som har meldt sin interesse for anbudet eller som er kjente leverandører (se leverandørregisteret på www.labnorge.no), skal behandles likt. Det må være åpenhet i dialogen.

Oppdragsgiver bør også vurdere hva som er relevant informasjon å be om i et anbud. Leverandørene opplever ofte at mye av etterspurt informasjon er lite relevant, og at det heller ikke brukes ved tildeling.

Vi er opptatt av at konkurranse mellom tilbydere opprettholdes og at alle får mulighet til å delta. Et anbud må derfor ikke avgrenses gjennom unødige spesifikasjoner eller gjøres så omfattende at det begrenser konkurransen slik at kun et fåtall kan delta.

3.6. Utsending av anbud

Anbud bør ikke sendes ut rett før ferier og store høytider. Slik utsending og med lovens korteste frister kan i ytterste konsekvens dreie seg om urent spill mellom oppdragsgiver og ønsket leverandør.

4. Tildelingsfasen

Oppdragsgiver må tilstrebe å lage et poengsystem som i rimelig grad samsvarer med verdien av det aktuelle forhold.

5. Leveringsfasen

Sørge for innfasing av ny leverandør i henhold til oppgitt.

Tidligere leverandør fases ut tilsvarende.

Det bør etableres kommunikasjon mellom innkjøp, bruker og leverandør.

Avtalen bør evalueres etter et halvt år og, ved rammeavtaler, deretter årlig.

6. Miljøaspekter

De nye sykehusene har i dag lite lagringsplass, noe som fører til hyppige leveranser av mindre kvanta. Det medfører store miljøbelastninger i form av transport fra Europa til Norge, internt i Norge og overforbruk av emballasje.

Ved planlegging av nye sykehus må dette tas med i planleggingen.

7. Offentlighet

Loven er slik at alt er offentlig med mindre det skal holdes hemmelig.

Oppdragsgiver plikter å vurdere hva som er for eksempel forretningshemmelighet. De skal ikke godta svartsladding av "alt" fra en leverandør. En leverandør sladdet til og med adresse og telefonnummer.

8. Innkjøpsmakt

Kunde må vise ytterst varsomhet der det bare er en innkjøpsfunksjon eller kunde for den aktuelle produktgruppe i Norge. For eksempel sykehusene (staten). Her kan innkjøper få en innkjøpsmakt som er utfordrende å håndtere. I slike tilfelle bør innkjøp skje lokalt eller regionalt.

Lab Norge

Postboks 6644 St. Olavs plass, 0129 Oslo

Besøk: Pilestredet 15B, 0164 Oslo

T: +47-23326120

Faks: +47-23326110

E-post: post@labnorge.no

Web: www.labnorge.no

Dato: 12.10.2015