

RIKTLINJER FÖR UPPHANDLING

INLEDNING

KEPA:s Etik- och Upphandlingsnämnd har tagit fram generella riktlinjer för upphandlande myndigheter och anbudsgivare i syfte att åstadkomma en professionell upphandling med efterföljande avtalsperiod. Riktlinjerna syftar till att bidra till en god upphandlingsmiljö i branschen. Innehållet är skrivet med ett neutralt perspektiv och är ej avsett att vara uttömmande. Nämnden kan i sitt nuvarande uppdrag endast uttala sig övergripande, dock utesluter inte detta att riktlinjerna i ett efterföljande steg kan göras mer detaljerade.

ATT TÄNKA PÅ INFÖR UPPHANDLING

- Gå igenom inköps-/beställningsprocessen för aktuella varor. Hur många beställer? Hur har sortimentet fastställts? Vilka regler har organisationen satt upp? För att nå framgång i en kommande upphandling är det nödvändigt att på något sätt styra beställningarna och fastställa regler. Annars är risken för att man inte uppnår de positiva effekter som eftersträvas mycket stor.
- Ha korrekt statistik som underlag. Grunden till en bra upphandling ligger i att säkerställa att förfrågan gäller rätt sortiment. Bassortimentet ska innehålla de produkter som har störst volym uttryckt i kronor, samt volym uttryckt i antal. En för stor differens mellan statistik och inköp ger risk för leveransstörningar.
- Ta beslut om sortimentshantering. Beskriv vem som ansvarar för sortimentet.
- Upphandlande enheter ska framställa enkla och korta förfrågningsunderlag.
- Återkoppla och kommunicera snabbt vid oklarheter i förfrågningsunderlag.
- Tänk på vad som ska utgöra ett skall-krav och inte. Endast de krav där leverantörens anbud kan förkastas ska anges som skall-krav.

SORTIMENT

- Fastställ produktkategorier utifrån vad som är vedertaget.
- Begär in produktkatalog och aktuell för alla kunder gällande bruttoprislista för att säkerställa sortimentsbredd och uppgifter om ordinarie produkter. Produkter som offereras i bruttoprislistan ska i första hand finnas i produktkatalogen. Endast om produkten inte finns, får produkter utanför produktkatalogen offereras.
- Fråga efter ett bassortiment och rabatter på produkter utanför detta bassortiment. Ett alternativ är att fråga efter rabatter på sortimentet i sin helhet under förutsättning att man arbetar efter aktuella och för alla kunder gällande bruttoprislista.
- Likvärdiga produkter kan offereras till samma pris. Avsevärd kvalitetsskillnad/icke likvärdiga produkter stryks ur offerten.
- Beskriv hur inköpen styrs mot att köpa rätt produkter. Exempelvis, har man ett eget inköpssystem, kan det ställas krav på leverantören om att avtalade produkter tydligt ska utmärkas i internetbutiken.

PRIS

- Brutttoprislistor som är speciellt framtagna för den aktuella upphandlingen ska inte tillåtas.
- Offentlig allmän prislista ska vara gällande för samtliga kunder som inte har rabatter genom avtal.

- Vikta varukorgen (pris x antal) respektive övrigt sortiment.
- Gör en bedömning av priserna för de olika produkterna och simulera utfallet. Säkerställ att de produkter som har relativt låg volym inte får för stort genomslag (om de t.ex. är dyra per styck).
- Rabatt på övriga produkter utanför varukorgen ska vara definierad (rabatt på bruttolistan för produkter utanför bassortimentet).
- Givna rabatter måste gälla alla produkter inom den aktuella produktgruppen.

UTVÄRDERING

- Öppna för möjligheten att bra webblösningar ger fördel i utvärderingen (upphandlande myndighet bör ge exempel, t.ex. användartest). För att inte riskera godtyckliga utvärderingar är det viktigt att utvärderingsmetoden tydligt redogörs för, i enlighet med principen om transparens.
- Använd riktlinjer från t.ex. Miljöstyrningsrådet avseende miljökraven i en upphandling. www.msr.se/sv/Upphandling/Kriterier/Kontor/Pappersprodukter/
- Kontrollera att den bifogade bruttoprislistan är korrekt i förhållande till kraven.
- Utvärdera rabatterna genom att välja ut ett antal produkter ur bruttoprislistan och räkna av den offererade rabatten. Varukorgens storlek skall anpassas till bassortimentets storlek.
- Utvärdera både bassortimentet och rabatterna på övrigt sortiment. Vikta detta på ett balanserat sätt beroende på hur stor del bassortimentet som står för av den totala inköpsvolymen. Om ett litet bassortiment utvärderas tillsammans med övrigt sortiment kan viktningen vara 30 % - 70 %. Är däremot bassortimentet av stor betydelse kan viktningen till exempel vara 60 % - 40 %.
- *Förslag:* Om en produkt inte är godkänd, beräknas denna produkt till högsta erbjudna pris, eventuellt med faktor 2. Att önskad kvalitetsnivå har offererats bör bedömas av en referensgrupp hos upphandlande enhet.
- Inkludera volymen, annars blir utvärderingen felaktig.

AVTAL

- Fasta priser i max ett år. Eventuella påslag och rabatter bör vara fasta under hela avtalsperioden.
- Ha reglering i avtal om vad som händer om antagen leverantör inte kan leverera de offererade produkterna t.ex. vitesbelopp.
- Ställ tydliga krav - alla leverantörer har väl fungerande sortimentshantering och logistik.
- Vid ramavtal med rangordning, tydliggör hur rangordningen ska iaktas vid utebliven leverans. Det är viktigt med korrekta prognoser avseende volym och behov.
- Beskriv i avtalet hur man under avtalsperioden kan förbättra/utbyta/förhandla topp-produkter i varukorgen (nyheter)
- Eventuell prisjustering under avtalsperioden måste kunna verifieras med nödvändig information och baseras på, för produktgruppen relevanta kostnadsparametrar.

UPPFÖLJNING

- Uppstartsmöten. Ju bättre underlag till leverantören på vilka som är avropare, desto bättre utfall på det nya avtalet.
- Eftersträva regelbundna uppföljningsmöten under avtalsperioden (inklusive genomgång av statistik, inköp etc). Viktigt att klargöra frekvensen av möten samt vilka som ska medverka.
- Arrangera leverantörmöten under marknadsundersökningsprocessen, dvs innan en ny upphandling startar.