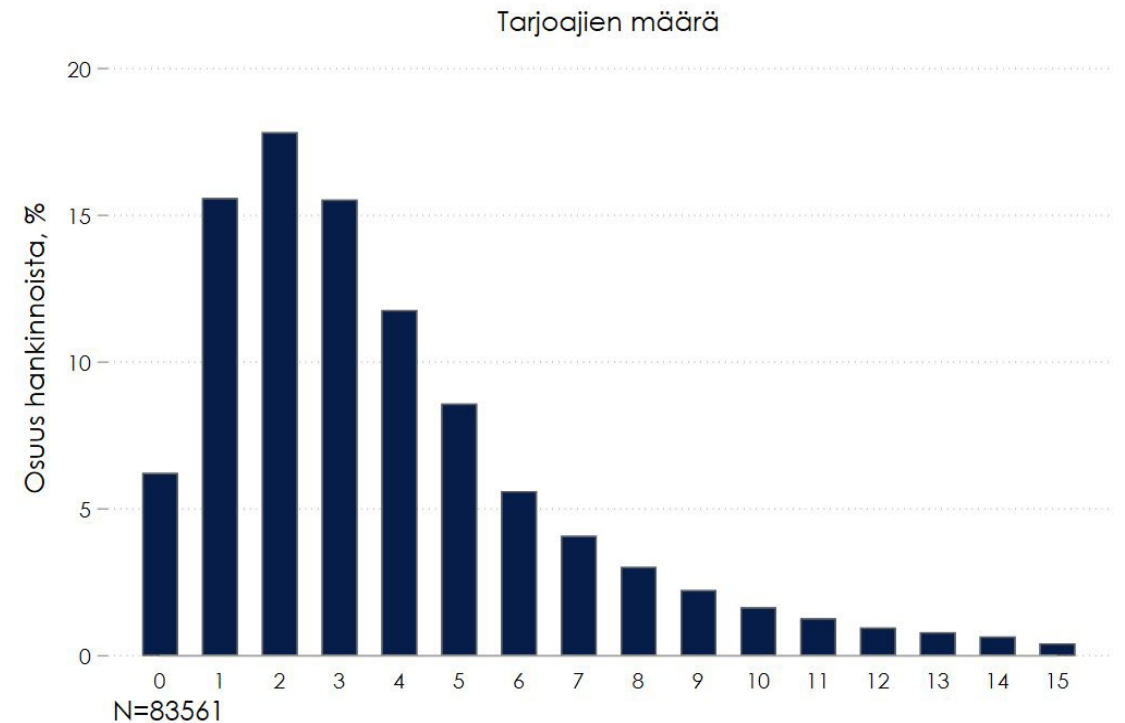


Hankintalakiuudistus tutkimustiedon valossa - Voiko kilpailua saada lisää?

Miksi on tarve uudistaa hankintalakia?

- Julkisissa hankinnoissa on krooninen puute kilpailusta
- Kilpailulle on selkeitä esteitä ja markkinoilla olisi potentiaalista tarjontaa
- Kilpailulla on toivottu vaikutus sekä hankinnan kustannuksiin että laatuun



Miten hankintalaki uudistuu ja miten se voi lisätä kilpailua?



Parempien hankintojen tekeminen

Kannustetaan hankintayksiköitä käymään markkinavuoropuhelua nykyistä aktiivisemmin

- Markkinavuoropuhelun käyminen, ja markkinakartoituksen tekeminen, on keskeistä onnistuneen hankinnan kannalta
 - Tarkoitus on **tavoittaa potentiaaliset tarjoajat** ja varmistaa, että yritykset **pystyvät osallistumaan** hankintaan
- Käytännössä markkinavuoropuhelua tulee käydä sillä ajatuksella, että sen jälkeen
 - hankinnassa ei ole tarpeettomia esteitä osallistumiselle
 - hankinta toteutetaan tarkoituksenmukaisena kokonaisuutena
- Alustavat tutkimustulokset osoittavat markkinavuoropuhelulla ja hankinnan osiin jakamisella olevan positiivisia kilpailuvaikutuksia

Markkinoiden kilpailullisuuden hyödyntäminen

Rajoitetaan sidosyksiköiden käyttöä asettamalla 10 % omistususuusvaatimus

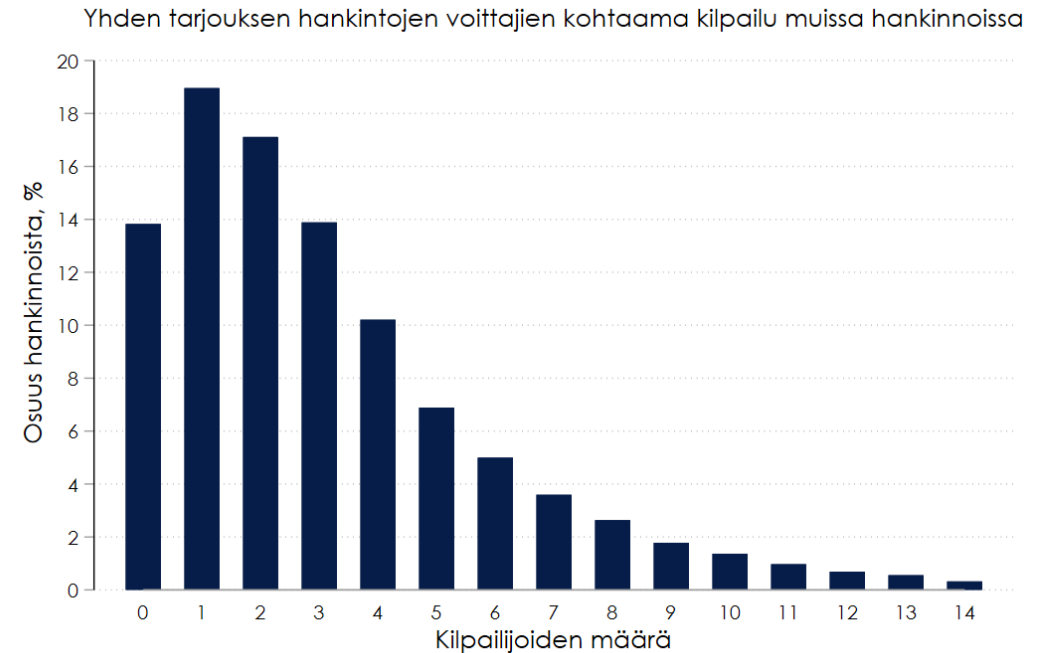
- Sidosyksikköuudistuksen potentiaalinen hyöty syntyy siitä, että kilpailullisilla markkinoilla tuotettavia palveluita jatkossa kilpailutetaan
- Uudistuksessa on kuitenkin läsnä huoli siitä, ettei kaikkialla ole toimivaa kilpailua
- **Vaikutukset riippuvat paljon siitä, miten sidosyksiköiden omistajat reagoivat:**
 - Toiminnan muuttaminen markkinaehtoiseksi
 - Toiminnan korvaaminen markkinaehtoisella tarjonnalla
 - Toiminnan siirtäminen itselleen tai pienempiin sidosyksiköihin

Onko hankintoihin mahdollista saada lisää kilpailua?



Ovatko yhden tarjouksen kilpailutukseen osallistuvat yritykset ainutlaatuisia?

- Tarkastellaan, kohtaavatko yhden tarjouksen hankintoihin osallistuvat yritykset kilpailua muissa kilpailutuksissa
- Havaitaan, että 86 %:ssa kilpailutuksista tarjoaja on kohdannut vähintään yhden kilpailijan
 - Yli puolessa kilpailutuksista kilpailijoita on ollut kaksi tai enemmän
- Kilpailupotentiaalia siis on, mutta missä ja kuinka paljon?



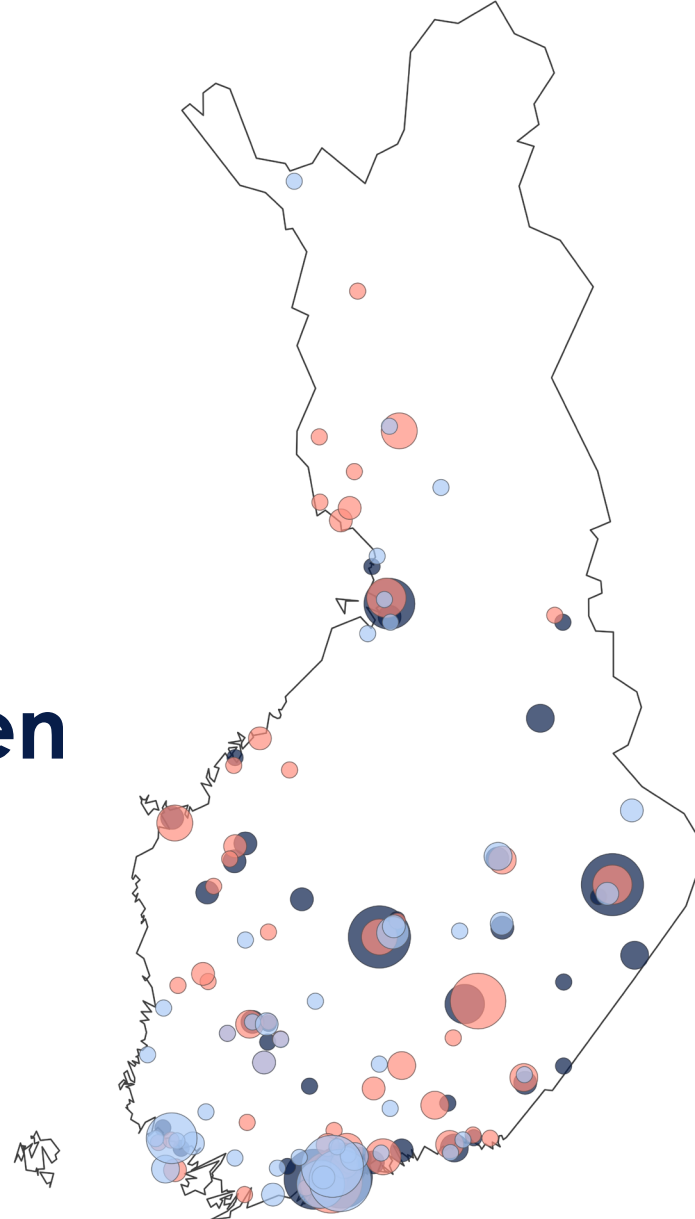
Miten kilpailupotentiaali määritetään?

- **Potentiaalinen tarjoaja** on sellainen yritys, joka halutessaan voisi tarjota julkiseen hankintaan
- Potentiaaliset tarjoajat...
 - tuottavat hankittavaa palvelua
 - toimivat tai pystyvät toimimaan hankkijan alueella
 - ovat kooltaan sellaisia, että pystyvät ja haluavat tarjota hankittavaan kokonaisuuteen
- Kapasiteettirajoitteiden takia aidosti potentiaalisten tarjoajien joukko vaihtelee hankinnasta toiseen

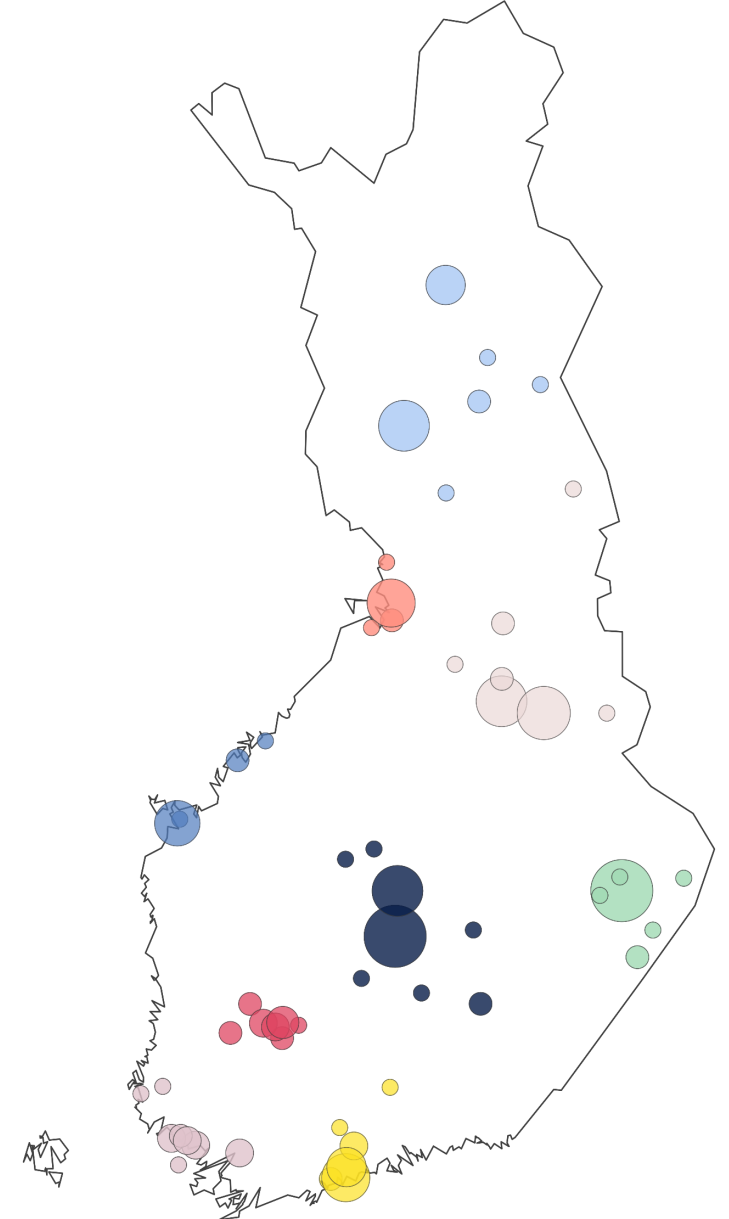
**Potentiaallinen
markkina voi olla
osin paikallinen**

**Esimerkkinä
asuntorakentaminen**

Suuret yritykset



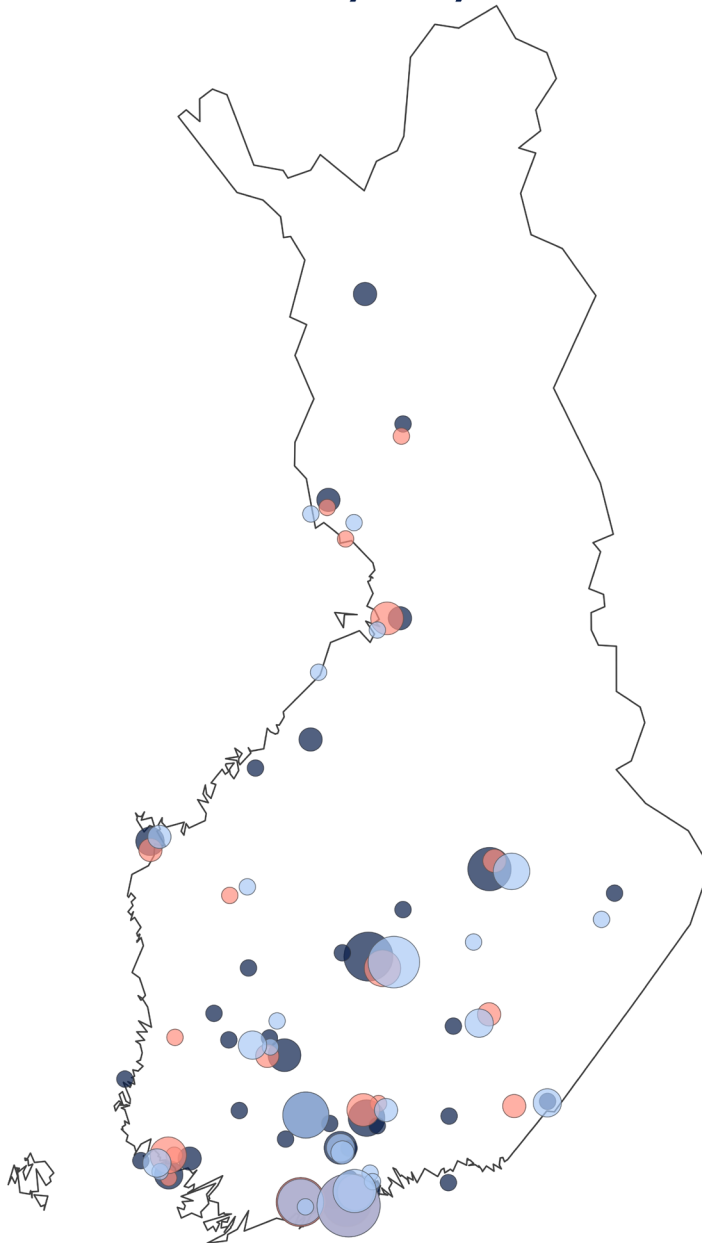
Keskikokoiset yritykset



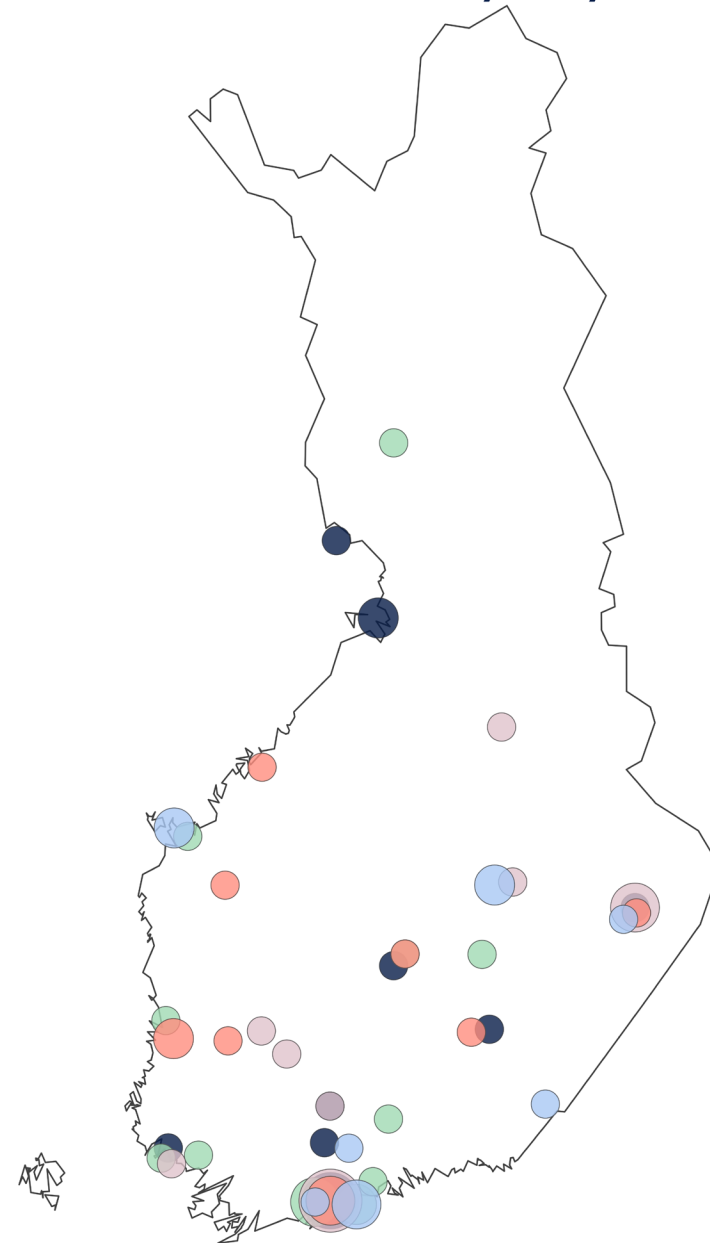
**Potentiaalinen
markkina voi olla
(lähes) täysin
maanlaajuinen**

**Esimerkkinä
ICT-palvelut**

Suuret yritykset

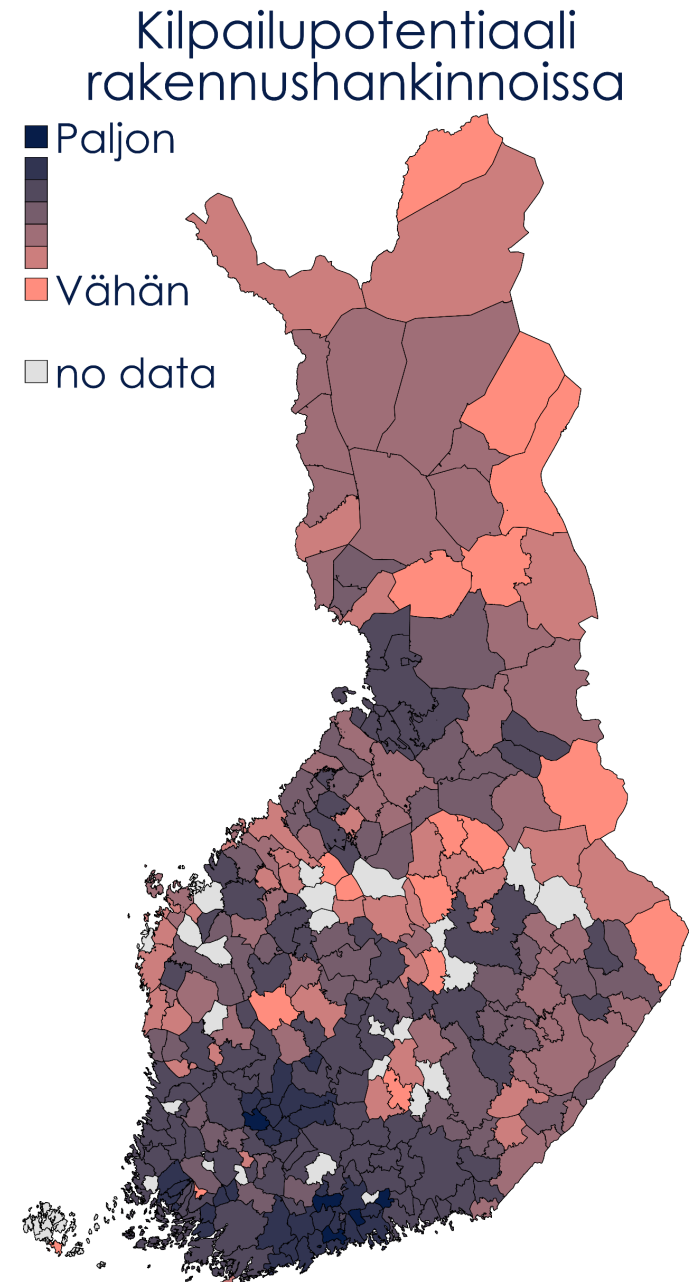


Keskikokoiset yritykset



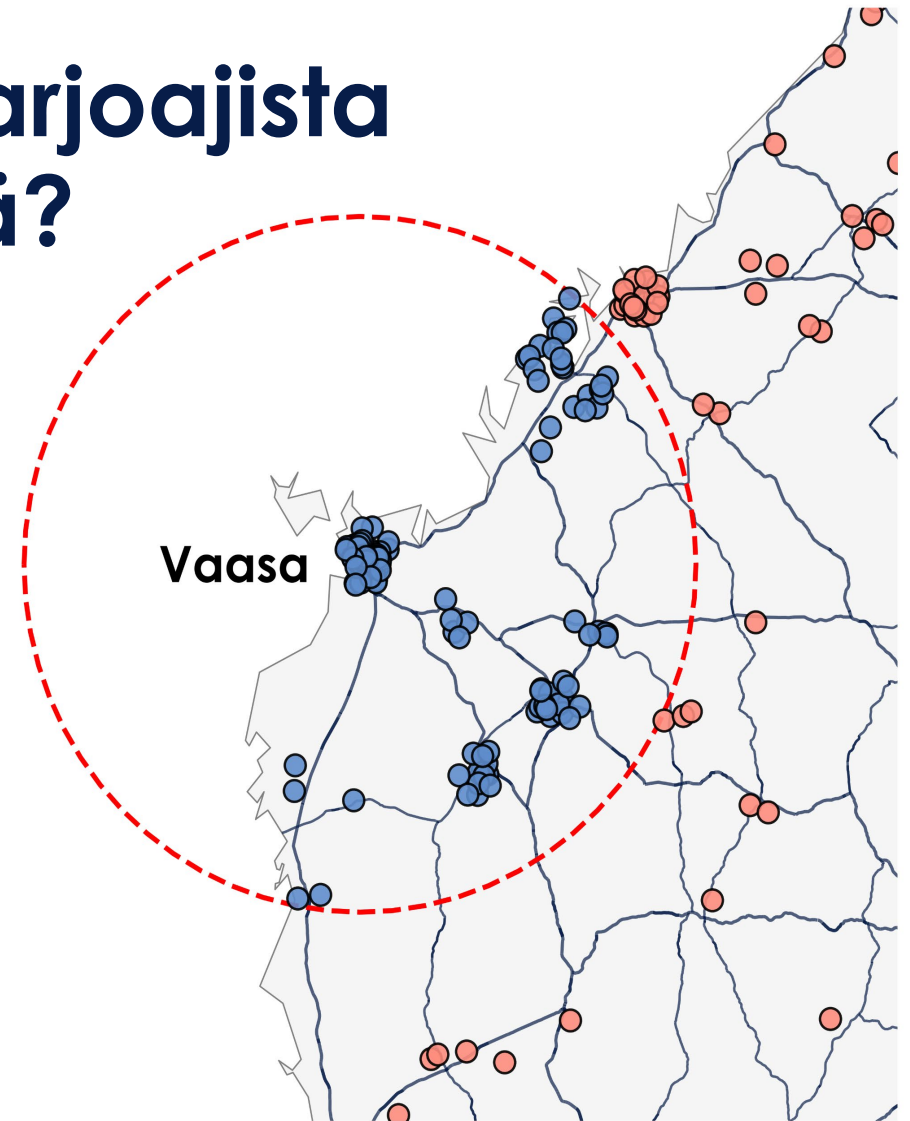
Kilpailupotentiaali rakennushankinnoissa

- Kilpailupotentiaali vaihtelee alueittain
- Suurten kaupunkien lähistöllä paljon – Lapissa ja itäisessä Suomessa vähän
- Vaikka osassa kunnista kilpailupotentiaalia on vähän, kaikkea kilpailupotentiaalia ei nykyään saada hyödynnettyä



Miten tieto potentiaalisista tarjoajista hyödyttää hankintayksiköitä?

- Kartassa on esimerkki Vaasan alueen asuntorakentamisen markkinasta
- Hankintayksikkö voi lähettää kaikille potentiaalisille tarjoajille kutsun markkinavuoropuheluun ja tarjouspyynnön tiedoksi
- Hankintatietovaranto voi mahdollistaa tällaisten tietojen saamisen automaattisesti



Miten voidaan saada potentiaaliset yritykset osallistumaan hankintoihin?

- Tärkeää, että yritykset tiedostavat voivansa myydä myös julkiselle sektorille
 - Jos kilpailua on vähän, tulisi sen houkutella yrityksiä, koska julkiselta saatava hinta voi silloin olla markkinahintaa korkeampia
 - Tämä kuitenkin edellyttää, että osallistuminen hankintaan on yritykselle odotusarvoisesti kannattavaa
- Hankintaan osallistumisesta tulee tehdä yrityksille mahdollisimman helppoa ja vaivatonta

Lisätietoja

Jan Jääskeläinen
puh. 029 505 3134
jan.jaaskelainen@kkv.fi

Lintulahdenkuja 2, 00530 Helsinki

KKV Kilpailu- ja
kuluttajavirasto