

Hankinnan markkinakartoitus

30.11.2020



Sisällys

1. Johdanto ja keskeisiä käsitteitä.....	1
2. Kuka kartoittaa ja mitä?.....	3
3. Milloin tehdä markkinakartoitus?.....	7
4. Miten toteuttaa kartoitus tai vuoropuhelu?.....	10
4.1. VAIHE 1: Kartoita markkinoilla olevat vaihtoehdot.....	14
4.2. VAIHE 2: Tiedota markkinoita suunnitelmistasi.....	19
4.3. VAIHE 3: Ole vuorovaikutuksessa kiinnostuneiden kanssa.....	26
4.4. VAIHE 4: Huomioi tulokset hankinnassasi.....	36
5. Markkinakartoitus hankintalain näkökulmasta.....	39

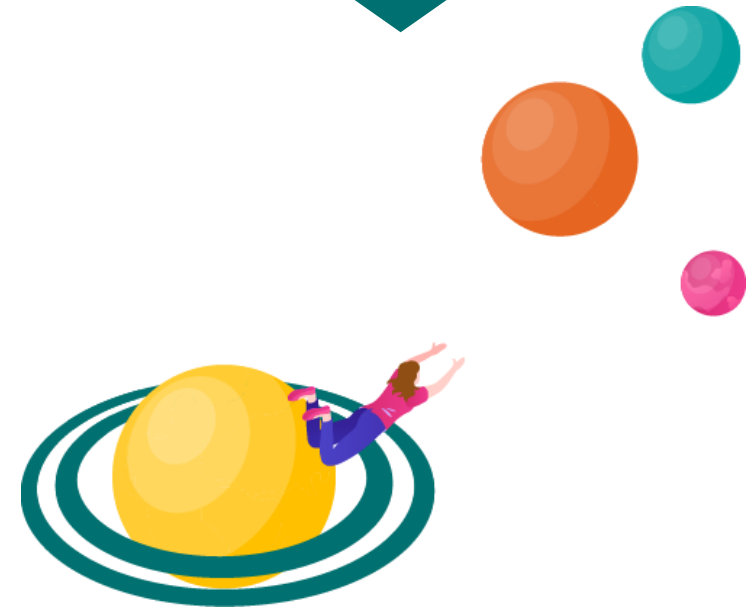
1. Johdanto ja keskeisiä käsitteitä

Johdanto

Tämä markkinakartoitusta käsittelevä opas on tarkoitettu kaikille julkisissa organisaatioissa hankintoja toteuttaville, kuten hankintapäälliköille ja hankinta-asiantuntijoille. Opas on hyödyksi myös julkisten hankintojen strategisen ja operatiivisen tason suunnittelussa sekä substanssiasiantuntijoille, jotka osallistuvat julkisten hankintojen toteuttamiseen.

Oppaan tarkoitus on kasvattaa ymmärrystä markkinavuoropuheluiden suunnittelusta ja antaa varmuutta niiden toteuttamiseen: miten saada markkinoiden ymmärrys tuotua tehokkaasti osaksi omaa hankintaa? Oppaassa kuvataan hankintojen valmisteluun kuuluvaa toimittajamarkkinoiden kartoittamista ja tarjonnan analysointia.

Tuntuuko markkinoiden kartoittaminen yhtä vieraalta kuin kaukaiset planeetat? Lähde oppaan mukaan kartoittamaan tuntematonta!



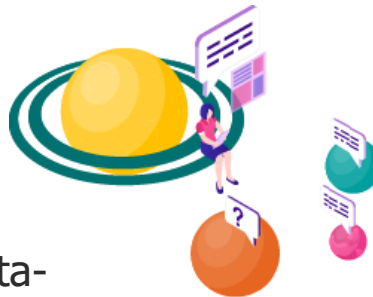
Keskeisiä käsitteitä

Markkinakartoituksella

viitataan usein erilaisiin kokonaisuuksiin. Laki julkisista hankinnoista ja käyttö-oikeussopimuksista (1397/2016) asettaa ohjeita ja reunaehtoja markkinakartoituksen toteuttamiseen. Markkinakartoituksella tarkoitetaan yleisesti kaikkea sitä markkinoilla olevan tiedon selvittämistä, jota hankintayksikön on mahdollista saada ja hyödyntää hankintaa suunnitellessaan ja valmistellessaan.

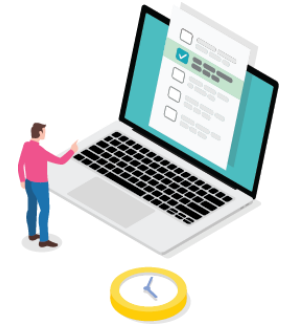
Markkinavuoropuhelu

tarkoittaa markkinoiden kartoittamiseksi järjestettäviä tapaamisia potentiaalisten tarjoajien kanssa sekä hankinta-asiakirjojen tai muun materiaalin kommentointikierrosta tarjoajien kanssa.



Ennakkoilmoitus tarkoittaa Hilma-verkkopalvelussa julkaistavaa määrämuotoista ilmoitusta suunnitella olevasta hankinnasta.

Tietopyyntö tarkoittaa potentiaalisille tarjoajille pääsääntöisesti ennakoilmoituksen yhteydessä tai sen jälkeen lähetettävää vapaamuotoista kirjallista kyselyä, jossa hankintayksikkö pyytää mahdollisilta tarjoajilta lisätietoja tarjouspyynnön valmistelemiseksi ja hankinnan toteuttamiseksi.



2. Kuka kartoittaa ja mitä?

KEINO

KESTÄVIEN JA INNOVATIIVISTEN
JULKISTEN HANKINTOJEN
VERKOSTOMAINEN OSAAMISKESKUS

2. Kuka kartoittaa ja mitä?

Hankintayksikön on hyvä seurata jatkuvasti relevanttien tuotteiden ja palvelujen markkinan kehitystä. Uusia tuoteinnovaatioita ja palvelumalleja on syytä arvioida jatkuvasti suhteessa käynnissä oleviin ja tuleviin hankintatarpeisiin.

Kun yksittäisen hankinnan toteuttamisen aika lähestyy, tarvitaan täsmätietoa markkinoilla olevista ratkaisuista hankintatarpeen täyttämiseen. Hankinnan kohde ja se, kuinka valmiiksi hankinnan kohde on jo määritelty ja kuvattu, ratkaisevat, millainen markkinakartoitus ja markkinavuoropuhelu on järkevä toteuttaa.

Kuka tekee markkinakartoituksen?

Markkinakartoituksen toteuttaa hankintayksikkö. Hankinta-asiantuntijoiden



lisäksi markkinakartoituksen toteuttamiseen on hyvä osallistaa hankittavan tuotteen tai palvelun asiantuntijoita hankintayksikön sisältä. Markkinakartoituksen toteuttamiseen voi osallistua myös hankintayksikön ulkopuolisia asiantuntijoita, kuten esimerkiksi hankinnan kohteen määrittelyn tukena käytettävä konsultti. Mahdollisten ulkopuolisten asiantuntijoiden osalta on syytä huomioida tässä oppaassa esitetyt näkökohdat ehdokkaan tai tarjoajan osallistumisesta hankinnan valmisteluun.

Mitä markkinakartoituksessa kartoitetaan?

Markkinakartoituksen tarkoituksena on lisätä hankintayksikön markkinatuntemusta ja antaa mahdollisimman objektiivinen ja kattava käsitys muun muassa siitä:

- millaisia ratkaisuja hankintayksikön hankintatarpeisiin on tarjolla,
- millaisia toimijoita markkinoilla on,
- miten ja millä tasolla hankinnan kohde tulisi tarjouspyynnössä määritellä ja rajata,
- millaisia ideoita, näkemyksiä ja uusia ratkaisuja markkinatoimijoilla on hankintaan liittyen,
- mitä ja minkä taseisia vaatimuksia hankinta-asiakirjoihin kannattaa asettaa tarjoajille, hankinnan kohteelle sekä tarjousten tekemiselle,
- mitä hankintamenettelyä tai hankintamallia kannattaa käyttää,
- minkälaisia hinnoittelumekanismeja ja muita

- käytäntöjä toimialalla esiintyy,
- millaisia vertailuperusteita (hintaa vai hinta-laatusuhdetta) kannattaa käyttää ja
- minkälaisia sopimusehtoja alalla yleisesti käytetään.

Markkinavuoropuhelu osana markkinakartoitusta

Hankintayksikön ei tarvitse kartoittaa tarvitsemiaan tietoja ainoastaan omin päin. Hankintayksikkö voi viestiä tarpeistaan markkinoille ja tätä kautta saada apua tarjouspyynnön hahmottamiseen, laatimiseen ja hiomiseen. Tätä hankintayksikön ja potentiaalisten tarjoajien välistä tiedonvaihtoa kutsutaan markkinavuoropuheluksi. Yrityksille markkinavuoropuhelut tarjoavat luontevan kanavan kertoa osaamisestaan, kokemuksestaan ja tarjoomastaan.

Hyvissä ajoin aloitettu markkinavuoropuhelu voi olla tärkeää yksittäisen hankinnan onnistumisen kannalta. Markkinavuoropuhelu täydentääkin markkinakartoituksen myötä toteutuvaa jatkuvaa ja systemaattista vuorovaikutusta yritysten kanssa.

Verkostoituminen sekä teknologian kehityksen ja oman toimialan kehityksen seuraaminen on tärkeää, vaikka konkreettista hankintatarvetta ei olisikaan käsillä.

Markkinavuoropuhelussa saatava informaatio voi rohkaista innovatiivisen hankinnan toteuttamiseen. Markkinavuoropuhelussa saatujen oppien ja näkemysten seurauksena hankintayksikkö voi päätyä hankkimaan uudenlaisen ratkaisun tai markkinavuoropuhelu voi johdattaa hankintayksikön toteuttamaan itse hankintaprosessin uudella tavalla.

Markkinakartoituksen ja -vuoropuhelun hyödyt

- Antaa hankintayksikölle mahdollisuuden kasvattaa tietämystään markkinoilla tarjolla olevista ratkaisuista.
- Tarjoaa hankintayksikölle tilaisuuden esitellä markkinoille omia ajatuksiaan hankintaa koskevista tavoitteista ja saada niihin palautetta.
- Hankintayksikkö voi viestiä laajemmin toiminnastaan markkinoille.
- Hankintayksikkö voi löytää uusia potentiaalisia tarjoajia ja uusia ratkaisuja.
- Hankintayksikkö voi välttyä epätarkoituksenmukaisten tai tarjoajia tarpeettomasti karsivien vaatimusten tai vertailuperusteiden asettamiselta.
- Hankintayksikkö voi saada entistä parempia ja vertailukelpoisempia tarjouksia.
- Avoin ja etukäteinen viestintä antaa tarjoajille enemmän aikaa kehittää tarjoomaansa hankintayksikön tarpeita vastaavaksi, valmistautua tarjouskilpailuun ja varata siihen riittävät ja oikea-aikaiset resurssit.

3. Milloin tehdä kartoitus?

3. Milloin tehdä markkinakartoitus?

Hankintayksikön on hyvä aloittaa hankintaa koskeva markkinakartoitus aikaisin hankintojen suunnittelu- ja valmisteluvaiheessa.

Hankintayksikön on hyvä aloittaa hankintaa koskeva markkinakartoitus aikaisin hankintojen suunnittelu- ja valmisteluvaiheessa. Kun markkinakartoitus on aloitettu riittävän ajoissa, hankintayksikkö voi hyödyntää markkinakartoituksen tuloksia kilpailutuksen toteuttamisessa. Väljä aikataulu sallii hankintayksikön omien asiantuntijoiden, keskeisten sidosryhmien edustajien ja loppukäyttäjienkin osallistamisen suunnittelutyöhön.

Markkinakartoitus ja sen myötä toteutettava markkinavuoropuhelu ovat erityisen tärkeitä työkaluja silloin, kun on kyse organisaation ja hankintayksikön tavoitteiden edistämisen kannalta tärkeistä ja kokoluokaltaan merkittävistä hankinnoista.



Markkinakartoitus voi tapahtua useassa osassa. Hankintayksikkö voi esimerkiksi laatia perusteellisen analyysin tarjoajamarkkinasta ja saatavilla olevasta tarjoomasta. Kun hankintatarve on hahmottunut, voi hankintayksikkö sparrata markkinavuoropuhelun yhteydessä tarjoajien näkemystä keinoihin, joilla tarve voitaisiin parhaiten täyttää. Lopulta markkinavuoropuhelun yhteydessä voidaan pyytää kommentteja tarjouspyyntöasiakirjojen luonnoksiin, ja jopa yksittäisiin vaatimuksiin tai sopimusehtoihin.

Panosta markkinakartoitukseen ja markkinavuoropuheluun erityisesti strategisesti merkittävissä hankinnoissa.

Markkinakartoitus osana hankintojen vaikuttavuuden arviointia

Impulssi markkinakartoituksen tekemiseen voi syntyä hankinnan vaikuttavuuden ennakoarvioinnin yhteydessä. Ennakoarvioinnin

seurauksena hankintayksikkö voi todeta hankinnan merkittäväksi hankintastrategian tai koko organisaation strategian näkökulmasta. Toisaalta hankinta voidaan arvioida sellaiseksi, että kunnianhimoisten vaikuttavuustavoitteiden asettaminen on luontevaa.

Kummassakin tapauksessa markkinakartoitusta ja markkinavuoropuhelua voidaan käyttää selvittämään, miten vaikuttavuustavoitteet olisivat siirrettävissä hankintaan ja myöhemmin tarjouspyyntöasiakirjoihin. Markkinakartoituksen ja -vuoropuhelun myötä karttunutta tietämystä on hyvä hyödyntää ennakoarvioinnin täydentämisessä.

Vaikutukset ja vaikuttavuustavoitteet on tärkeää määrittää hankinnan suunnittelun alkuvaiheista lähtien, ja ottaa ne osaksi markkinakartoitusta ja markkinavuoropuhelua.

4. Miten toteuttaa kartoitus tai vuoropuhelu?

- 4.1. VAIHE 1: Kartoita markkinoilla olevat vaihtoehdot
- 4.2. VAIHE 2: Tiedota markkinoita suunnitelmistasi
- 4.3. VAIHE 3: Ole vuorovaikutuksessa kiinnostuneiden kanssa
- 4.4. VAIHE 4: Huomioi tulokset hankinnassasi

Markkinakartoituksen toteutustapoja

Hankintayksikkö voi esimerkiksi:

- Etsiä omatoimisesti tietoa markkinoilla olevista vaihtoehtoista eri lähteistä ja kanavista lukemalla, kysymällä, haastatteleamalla tai tekemällä tai teettämällä kyselyjä.
- Konsultoida muita hankintayksiköitä Suomessa ja kansainvälisesti vastaavien hankintojen toteuttamiseen liittyen.

Riittävästi informaatiota saatuaan hankintayksikkö voi käynnistää markkinavuoropuhelun.

Markkinavuoropuhelun toteutustapoja

Hankintayksikkö voi toteuttaa markkinavuoropuhelua eri tavoin:

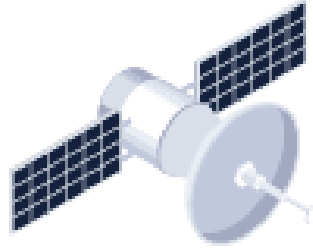
- Julkaisemalla ennakkoilmoituksen ja mahdollisen tietopyynnön, johon tarjoajat lähettävät vastauksensa.
- Järjestämällä informaatiotilaisuuksia, joissa kiinnostuneille tarjoajille annetaan hyvissä ajoin ennen tarjouspyynnön julkaisemista tietoa tulevista hankinnoista tai yksittäistä hankintaa koskevista suunnitelmista. Informaatiotilaisuuksia järjestetään tyypillisesti useille toimittajille.
- Järjestämällä kahdenvälisiä, yrityskohtaisia tapaamisia tarjoajien tasapuolinen kohtelu huomioiden.
- Järjestelmällä hankinta-asiakirjojen tai muun materiaalin kommentointikierroksen.

Hankinnan suunnittelun voi hahmottaa askel askeleelta etenevänä prosessina. Tärkeää on kartoitus, informointi ja vuorovaikutus. Lopuksi uudet ideat huomioidaan tarjouspyynnön viimeistelyssä.

Markkinakartoituksen vaiheet:

VAIHE 1: Kartoita markkinoilla olevat vaihtoehdot

Perehdy toimittaja-markkinoilta saatavilla olevaan tiettyjä tuotteita ja palveluja koskevaan tietoon. Selvitä toimialaa ja liiketoimintaympäristöä koskevat käytännöt



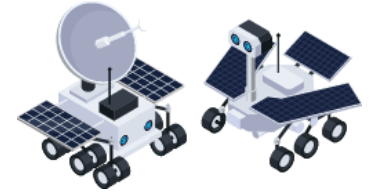
VAIHE 2: Informoi markkinoita suunnitelmistasi

Ennakkoilmoituksen muodossa julkaistavalla tietopyynnöllä tavoitat myös toimittajaseurannan katveeseen jääneet tarjoajat.



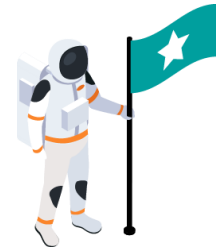
VAIHE 3: Vuorovaikuta kiinnostuneiden kanssa

Suhtaudu avoimesti markkinoilta saatavaan tietoon esim. erilaisista ratkaisumalleista. Osallista tarpeen mukaan tarjoajia tarjouspyynnön luonnosmateriaalin kommentointiin. Mieti, miten voit hyödyntää informaatiota omassa hankinnassasi.



VAIHE 4: Huomioi tulokset hankinnassasi

Sisällytä uusi tieto osaksi tarjouspyyntödokumentteja. Jaa uutta informaatiota myös hankintayksikön sisällä siltä osin, kun uusi tieto on hyödyllistä myös muiden hankintojen kannalta.



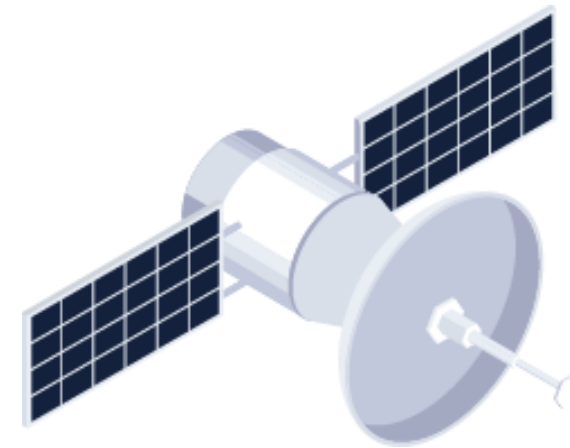
4.1. VAIHE 1: Kartoita markkinoilla olevat vaihtoehdot

4.1. Kartoita markkinoilla olevat vaihtoehdot

**Hankinnan suunnittelu
on käynnistetty.
Miten päästä alkuun
markkinakartoituksen
toteuttamisessa?**

Markkinakartoituksessa voidaan selvittää hankinnan kohteena olevan tuotteen tai palvelun markkinatilannetta ja tarjontaa sekä tarjoavia yrityksiä koskevia tietoja. Markkinakartoituksen laajuus määräytyy sen mukaan, mitä markkinoista jo tiedetään ja kuinka perusteellisesti markkinoiden toimintaa on tarve selvittää. Usein markkinakartoituksia toteutetaan arvoltaan merkittävissä hankinnoissa.

Seuraavan sivun laatikoissa esitellään esimerkkejä mahdollisista markkinakartoituksessa selvitettävistä liiketoimintaympäristöön, yrityksiin ja niiden tarjoamaan kohdistuvista tiedoista. Esimerkeistä voidaan poimia ne tiedot, jotka päätetään selvittää yksittäisessä markkinakartoituksessa.



Esimerkkejä markkinakartoituksessa selvitettävistä tiedoista

Toimialaa ja liiketoimintaympäristöä koskevat yleiset tiedot

- alan yleiset toimintakäytännöt ja toimintalogiikka,
- toimialan tulevat muutokset ja kehitysnäkymät,
- toimialan toimittajien yleiset taloudelliset näkymät,
- toimialalle tyypilliset hinnoittelumekanismit.



Tiettyä toimittajamarkkinaa koskevia tietoja ovat esimerkiksi

- toimittajien lukumäärä,
- kilpailutilanne ja -keinot,
- markkinoiden alueellisuus ja niiden erot,
- näköpiirissä olevat muutokset.



Yksittäisiä toimittajayrityksiä koskevia tietoja ovat esimerkiksi

- henkilöstön määrä,
- liikevaihto,
- yrityksen ikä,
- toimittajan toimiala sekä asema ja markkinaosuus siinä,
- taloudellinen tilanne ja kannattavuus
- osaaminen,
- tulevaisuuden suunnitelmat,
- yrityksen julkissektorin tuntemus ja osallistuminen julkisiin kilpailutuksiin,
- yhteistyön edellytykset ja muut tarvittavat tiedot.



Tiettyjä tuotteita tai palveluja koskevia tietoja ovat esimerkiksi

- tuotteen tai palvelun soveltuvuus hankintayksikölle,
- tuotteen tai palvelun hinnoittelumekanismi,
- tarjolla olevat lisäpalvelut sekä niiden saatavuus ja houkuttelevuus,
- hankintayksikön kilpailutuksen houkuttelevuus,
- yritysten osaaminen ko. tuotteesta tai palvelusta,
- yrityksen panostus tuotekehitykseen ja innovaatioihin,
- tuotteen tai palvelun vastuullisuutta koskevien vaatimusten täyttyminen. Tällaisia voivat olla esimerkiksi päästöjen tai haitallisten aineiden käytön vähentämiseen tai materiaali- ja energiatehokkuuteen liittyvät vaatimukset.



Markkinakartoituksessa selvitettäviä asioita

- Millaisia yrityksiä toimialalla operoi? Millaisia ovat toimialan yritysten keskeiset tunnuslukutiedot?
- Millaisia tuotteita tai palveluita toimialalla tarjotaan ja millaisia liiketoimintamalleja ja ansaintalogiikoita yritykset suosivat?
- Jos toimiala on vieras, selvitä ensin keskeiset tiedot siitä, miten toimiala toimii ja mitkä ovat keskeiset toimialan toimintaan vaikuttavat muutostekijät.
- Jos toimiala on tuttu, selvitä suoraan kyseisen hankinnan toteuttamisessa tarvittavia tietoja. Miten toimialan yritykset voivat vastata hankintatarpeeseen? Olisiko yrityksillä tarjota vaihtoehtoisia ratkaisumalleja ensisijaisesti suunnitellun sijaan?
- Jos hankinta on jo aiemminkin kilpailutettu, on aina hyvä päivittää tietoja edellisen kilpailutuksen jälkeen ja seurata markkinoiden muutoksia niin tarjoajakentän muuttumisen

- kuin uusien tuotteiden tai palveluiden lanseerauksen osalta.

Toimialan järjestöiltä ja erilaisilta markkina-analyysijä tekeviltä tahoilta voi saada tietoja alan yleisistä toimintakäytännöistä ja toimintalogiikasta, tulevista muutoksista ja kehitysnäkymistä sekä hinnoittelumekanismeista.

Tietoja toimialan yritysten kannattavuudesta ja muista keskeisistä tunnusluvuista voi saada luottotietoja antavilta tahoilta. Tietoja yritysten julkissektorin tuntemuksesta ja osallistumisesta julkisiin kilpailutuksiin saa useimmiten suoraan yrityksiltä.

Muita lähteitä markkinakartoituksen tekoon: ammattialan lehdet ja tieteelliset julkaisut, muut hankintayksiköt Suomessa ja ulkomailla, kollegat webinaarit ja tapahtumat sekä erilaiset internetlähteet.

4.2. VAIHE 2: Tiedota markkinoita suunnitelmistasi



KESTÄVIEN JA INNOVATIIVISTEN
JULKISTEN HANKINTOJEN
VERKOSTOMAINEN OSAAMISKESKUS

4.2. Tiedota markkinoita suunnitelmistasi

Markkinakartoituksen myötä toimittajien keskeiset tiedot ja tarjoaman yleispiirteet on selvitetty. Miten edetä markkinakartoituksesta hankintakohtaiseen markkinavuoropuheluun?



Ennakkoilmoituksen julkaisu

Kun toimialan tuntemus on selvillä ja suunniteltava hankinta alkaa hahmottua, hankintayksikön kannattaa julkaista hankintaa koskeva ennakkoilmoitus.

Ennakkoilmoitus julkaistaan HILMA-portaalissa EU-hankinnasta tai liitteen E mukaisista palveluista ennakkoilmoituksena. Mikäli kyseessä on kansallinen hankinta, käytetään kansallista ennakkoilmoitusta. Ennakkoilmoituksella hankintayksikkö pyytää hankinnasta kiinnostuneita tarjoajia ilmoittamaan kiinnostuksensa osallistumaan markkinavuoropuheluun ja suunniteltuun hankintaan tai sillä julkaistaan tietopyyntö, jossa on joukko konkreettisia kysymyksiä mahdollisilla tarjoajille.

EU-kynnysarvot ylittävässä hankinnassa ennakkoilmoitusta voidaan käyttää myös määräaikojen lyhentämiseen. Huomioi, että ennakkoilmoituksessa on tällöin kuvattava tarjouspyynnön sisältö varsin tarkasti.

Tietopyynnön julkaiseminen ennakkoilmoituksen avulla

Tietopyyntö voidaan julkaista Hilma-palvelun kautta EU-hankinnoissa ja liitteen E mukaisista palveluista käytettävän ennakkoilmoituksen muodossa. Kansallisissa hankinnoissa tietopyyntö voidaan julkaista käyttämällä kansallisen ennakkoilmoituksen lomaketta.

Tietopyyntö voidaan lähettää lisäksi kaikille tunnetuille tarjoajille sähköpostilla tai julkaista hankintayksikön internetsivuilla, sillä kaikki tarjoajat eivät seuraa aktiivisesti julkisten hankintojen ilmoituskanavia. Mikäli tietopyyntö on julkaistu Hilman kautta, voi linkkiä ennakkoilmoitukseen lähettää tunnettujen tarjoajien lisäksi keskeisille sidosryhmille.

Ennakkoilmoituksen sisältö

Ennakkoilmoitus tehdään Hilman lomakkeella: Ennakkoilmoitus (TED F01), kansallinen



ennakkoilmoitus tai erityisaloja koskeva ennakkoilmoitus (TED F04).

Huom! Ilmoitukseen voi liittää dokumentteja. Hankintayksiköt voivat myös toimittaa dokumentit kaikille vastanneille tai ladata ne verkkosivuilleen.

Ilmoitukseen tarvittavat tiedot (EU-hankinnassa myös *-merkityt):

- Sovellettava oikeusperuste: Julkiset hankinnat direktiivi*
- Hankinnan nimi: Ennakkotietoilmoitus: Hankintayksikön nimi/hankinnan kohteen nimi eli mitä suunnitellaan hankittavaksi
- Hankinnan tyyppi: tavara, palvelu, rakennusurakka, sote-palvelu
- Hankintayksikön tiedot ja ilmoituksen yhteystiedot
- Hankinnan lyhyt kuvaus, jonka perusteella tarjoajat voivat päättää, kiinnostaako hankinta.
- Hankintanimikkeistä: CPV-kooditus sekä NUTS-koodi ja pääasiallinen suorituspaikka
- Hankintailmoituksen arvioitu julkaisupäivämäärä
- Ei-pakollisena tietona mm. hankinnan kokonaisarvo

Muistilista ja vinkit ennakkoilmoituksen julkaisuun

- ❑ **Olemme hahmotelleet ja ilmaisseet, mitä haluamme hankkia**
 - Hankintatarve on tunnistettu
 - Hankintatarve on määritelty ja kuvattu tarjoajille
 - Näin ennakkoilmoitukseen vastaavat oikeat yritykset, jotka kykenevät täyttämään hankintatarpeen.
 - ”Näistä emme tingi” -asiat on kirjattu
- ❑ **Olemme asettaneet tavoitteet markkinavuoropuhelulle**
 - Hankinnan vaihe on määritetty
 - Ennakkoilmoituksen julkaisuajankohta on mietitty
 - Jos tiedetään, että markkinavuoropuhelun yhteydessä tarjoajilta tullaan haluamaan kirjallisia kommentteja, julkaise ennakkoilmoitus hyvissä ajoin.
- ❑ **Olemme suunnitelleet aikataulun ja laskeneet paljonko markkinavuoropuhelulle varataan aikaa**
 - Suhteuta vastausaika toimittamasi materiaalin laajuuteen
 - Tarjoajan näkökulma on otettu huomioon tehokkaassa aikataulutuksessa
 - Mahdollisiin aikataulun viivästykseen on varauduttu
 - Mieti, millaista informaatiota tarjoajilta tarvitset
 - Huolehdi, ettei markkinavuoropuhelusta tule tarjoajalle liian työläs kokonaisuus.
- ❑ **Olemme huomioineet markkinavuoropuheluun osallistuvat yritykset**
 - Sovita toimittamiesi tietojen ja dokumenttien tarkkuus siten, että niihin tutustuva yritys ymmärtää helposti ja nopeasti, kiinnostaako hankinta heitä, ja voisivatko he mahdollisesti osallistua tulevaan tarjouskilpailuun.

Mikä on tietopyyntö?

Tietopyynnöllä voidaan selvittää yleisesti tarjoajien halukkuutta osallistua hankintaan sekä hankintaan liittyviä näkökohtia ylätasoin linjauksista aina sopimusehtojen tärkeisiin yksityiskohtiin. Tietopyynnön sisältöä ja menettelysääntöjä ei ole kuvattu hankintalaissa, joten pyyntö on vapaamuotoinen kysely–vastaus -prosessi.

Tietopyynnössä voidaan testata:

- Tarjoajien kykyä täyttää tuotetta, palvelua, urakkaa ja tarjouksen tekoa koskevat vaatimukset
- Tarjoajien kykyä täyttää vastuullisuuteen liittyvät vaatimukset
- Tarjoajien kykyä täyttää tavoitellut soveltuvuusvaatimukset
- Erilaisia ratkaisu- ja toteutusmalleja
- Erilaisia innovatiivisia ajatuksia hankintatarpeen täyttämiseen
- Alan hinnoittelumalleja, sopimusehtoja
- Muita tarvittavia tietoja

Tietopyynnön sisältö

Kirjoita tietopyyntöön lyhyt esittely hankinta-organisaatiosta ja hankinnan kohteesta, laajuudesta ja aikataulusta. Tietopyynnön on hyvä sisältää myös tietopyynnön tavoite ja käyttötarkoitus, eli tarjouspyynnön valmistelu. Vastaajien tulee ilmoittaa, mikäli vastauksessa on liike- tai ammattisalaisuudeksi luettavia tietoja. Tietopyynnön kysymykset kannattaa järjestää aihealueittain.

Tietopyynnössä on hyvä tuoda selkeästi esille, että kyse ei ole tarjouspyynnöstä vaan tietopyynnöstä, joka sisältää alustavaa informaatiota tulevasta hankinnasta. Hankintaa koskevat tiedot voivat muuttua lopulliseen tarjouspyyntöön.



On hyvä korostaa, ettei tietopyyntö velvoita hankintayksikköä toteuttamaan hankintaa. Tietopyyntöön vastaaminen ei myöskään velvoita tarjoajaa tarjouksen tekemiseen. Tietopyyntöön kannattaa kirjata, ettei vastaaminen tai vastaamatta jättäminen ei ole este tarjousskilpailuun osallistumiselle.

Miten tarjoajat voivat vastata tietopyyntöön?

Tietopyynnössä on ohjeistettava, missä muodossa ja mihin mennessä vastaukset tulee lähettää. Ajan on oltava riittävä suhteessa toimitetun materiaalin ja tarjoajalta odotettavan kontribuution laajuuteen. Tarjoajia on hyvä ohjeistaa, millaista vastausta heiltä odotetaan: pyydetäänkö esimerkiksi yleistason kommentteja tai kokonaisnäkemystä tietopyynnön ohessa toimitettuun sisältöön vai halutaanko perusteltuja vastauksia esitettyihin täsmäkysymyksiin. Hankintayksikkö voi ilmoittaa, että se ottaa vastaan tietopyynnön vastaukset esimerkiksi sähköpostitse tai web-portaalin kautta. Tarjoajia

on syytä ohjeistaa toimittamaan tiedot halutussa ja helposti hyödynnettävässä muodossa, esimerkiksi käyttäen tietopyynnön ohessa toimitettua lomakepohjaa. Koska kyse ei ole hankintalain mukaisesta tarjousskilpailusta, voi hankintayksikkö hyödyntää myös sellaiset vastaukset, joita ei ole toimitettu ohjeiden mukaisesti, esimerkiksi vaaditussa formaatissa.

Tarjoajien yhdenvertainen kohtelu on tärkeää huomioida myös tietopyyntöjen vastauksia käsitellessä. Esimerkiksi yksittäisiin pyyntöihin käydä keskustelua tietopyynnön dokumenteista tai tilaisuudesta esitellä omaa ratkaisua on suhtauduttava varauksella.

Tietopyyntöön annettuun vastaukseen ei voi vedota myöhemmin tarjousten vertailussa. Siksi tiedot on kysyttävä uudestaan varsinaisessa tarjousspyynnössä. Pääsääntöisesti tietopyynnön vastaajille ei makseta korvausta.

MUISTILISTA JA VINKIT TIETOPYYNNÖN JULKAISUUN

Olen kirjannut tietopyyntöön...

- ☐ **lyhyen esittelyn hankintaorganisaatiostamme**
- ☐ **alustavan määrittelyn:**
 - hankinnan kohteesta
 - laajuudesta
 - aikataulusta
- ☐ **tietopyynnön tavoitteen**
- ☐ **tietopyynnön käyttötarkoituksen** (tarjouspyynnön valmistelu)
- ☐ **, että tarjoajan on ilmoitettava, ovatko vastauksessa annetut tiedot julkisia vai liike-/ammattisalaisuuksia.**
- ☐ **, että kyse ei ole tarjouspyynnöstä vaan tietopyynnöstä.** Informaatio voi muuttua julkaistavaan lopulliseen tarjouspyyntöön.
- ☐ **, että tietopyyntö ei velvoita hankintayksikköä toteuttamaan hankintaa**
- ☐ **, että tarjoajan ei tarvitse tehdä tarjousta, vaan vastata tietopyyntöön ohjeistetulla tavalla.**
- ☐ **, että tietopyyntöön vastaaminen tai vastaamatta jättäminen ei ole este tarjouskilpailuun osallistumiselle**

Esimerkkejä kysymyksistä, joita tietopyynnössä voidaan kysyä:

- Onko yrityksellänne kiinnostusta osallistua xxxxx tarjouskilpailuun?
- Ovatko hankinnan kohteen kuvauksessa kohdassa x-y mainitut vaatimukset sellaisia, että yrityksenne kykenee ne täyttämään. Jos ei, miltä osin haluaisitte vaatimuksia muutettavan?
- Onko sopimusluonnoksessa olevat sopimusehdot sellaisia, että yrityksenne hyväksyy ne? Jos ei, miltä osin haluaisitte ehtoja muutettavan?
- Mitä muuta palautetta haluatte antaa tietopyynnön perusteella?

→ *Tietopyyntöön kannattaa kirjoittaa aihealueittain selkeitä kysymyksiä, joihin tarjoajia pyydetään vastaamaan.*

4.3. VAIHE 3: Ole vuorovaikutuksessa kiinnostuneiden tarjoajien kanssa

4.3. Ole vuorovaikutuksessa kiinnostuneiden tarjoajien kanssa

Tietopyynnön vastausajan päätyttyä hankintayksiköllä on lista yrityksistä, jotka ovat kiinnostuneita hankinnasta. Mitä sitten tapahtuu?

Hankintayksikkö voi olla vuorovaikutuksessa tarjoajien kanssa seuraavin keinoin:

- **Yhteiset informaatiotilaisuudet** kaikille tarjoajille kasvokkaiskokouksena tai etäkokouksena
- **Yhteinen asiakirjojen kommentointikierros** ennen tarjouspyynnön julkaisemista
- **Yrityskohtaiset tapaamiset** tarjoajien kesken

Markkinavuoropuhelutyypeillä voidaan selvittää, ovatko hankintayksikön suunnittelemat vaatimusmäärittelyt kohtuullisia, selkeitä ja yksiselitteisiä, ja tuottavatko ne vertailukelpoisia tarjouksia. Hankintayksikkö voi selvittää myös kykenevätkö tarjoajat täyttämään hankintayksikön kaavailemat vaatimukset, miten vastuullisuuden tavoitteita voi edistää suunniteltavassa hankinnassa tarjoajien näkökulmasta ja minkälaisia ideoita uusista innovatiivista ratkaisuista tarjoajilla olisi hankintatarpeeseen.



Informaatiotilaisuudet

Informaatiotilaisuudessa kaikille ilmoittautuneille tarjoajille kerrotaan yhteisesti hankinnan toteutuksesta, aikataulusta ja hankinnan taustasta. Kyse on useimmiten lyhyistä 1-2 tunnin mittaisista tilaisuuksia, joissa kuvataan alustavia suunnitelmia hankinnan kohteesta, taustalla olevasta hankintatarpeesta, hankinnalle asetetuista tavoitteista, hankinnan sisällöstä ja hankinnan etenemisestä. Mukana voi olla myös hankittavan palvelun loppukäyttäjien puheenvuoroja.

Informaatiotilaisuuteen voi sisältyä vapaa kysymys-vastaus -osio, jossa kysymysten ja vastausten hallintaa voi tehostaa esimerkiksi tarkoitukseen soveltuvan IT-työkalun tai interaktiivisen alustan avulla.



MUISTILISTA JA VINKKEJÄ

KAIKILLE YRITYKSILLE YHTEISIIN INFORMAATIOILAISUUKSIIN

- ❑ **Huomioi etäyhteyksien kautta osallistuvat tarjoajat**
 - ja varmista, että tilaisuus voidaan toteuttaa tarvittaessa kokonaan etänä.
- ❑ **Harkitse informaatiotilaisuuden tallentamista,**
 - jotta ne tarjoajat, jotka eivät päässeet paikalle tilaisuuteen, voivat hyötyä tilaisuuden sisällöstä.
- ❑ **Varmista tarjoajien tasapuolinen ja syrjimätön kohtelu**
 - lähetä esitetty materiaali jälkikäteen osallistuneille ja kaikille kiinnostuneille.
- ❑ **Huomioi riskit liittyen tarjoajien väliseen kiellettyyn yhteistyöhön.**
 - Lisätietoa tästä löytyy muun muassa sivuilta ajankohtaistakilpailusta.fi sekä OECD:n julkaisusta [Recommendation On Fighting Bid Rigging 2012](#).

Yrityskohtaiset tilaisuudet

Yrityskohtaiset tapaamiset ovat hyvä käytäntö kutsua kaikki ennakkoilmoitukseen ja tietopyyntöön vastanneet tarjoajat mukaan markkinavuoropuheluun. Tapaamiset ovat useimmiten lyhyitä tilaisuuksia, joissa tavataan vain yksi yritys kerrallaan. Kaikille tarjoajille yhteisten informaatiotilaisuuksien tapaan yrityskohtaisessa tapaamisessa kuvataan alustavia suunnitelmia hankinnan kohteesta, taustalla olevaa hankintatarvetta, hankinnalle asetettavia tavoitteita, hankinnan sisältöä ja hankinnan etenemistä. Yrityskohtaisten tilaisuuksien eduksi voi osoittautua, että hankintayksikkö saa kahdenvälistä informaatiota tarjoajakentästä tai pääsee perehtymään yritysten tuotedemoihin. Yrityskohtaisissa tilaisuuksissa hankintayksikkö voi saada tarkempaa tietoa tulevista yksittäisten yritysten suunnitelmista.

Tapaamisia voidaan järjestää kasvokkain, puhelinkeskusteluna tai verkkoalustalla (esim.Teams tai Skype). Keskustelun pohjaksi voidaan toimittaa etukäteismateriaalia ja viestiä siitä, mitä asioita tilaisuudessa on käsitellä, mitä ei käsitellä ja miten tilaisuuteen tulee valmistautua. Agenda ja ajankäyttö tulee toimittaa kaikille tapaamisiin osallistuville yrityksille samanlaisena.



MUISTILISTA JA VINKKEJÄ YKSITTÄISILLE YRITYKSILLE JÄRJESTETTÄVIIN TILAISUUKSIIN

- **Muista pitää tilaisuuksista hankintayksikölle tarkoitettua pöytäkirjaa ja tee muistiinpanoja.**
 - Kysymykset voi kirjata ylös ja päivittää tarjouspyyntöä kysymysten mukaisesti.
- **Varmista tarjoajien tasapuolinen ja syrjimätön kohtelu.**
 - Tämä tarkoittaa sitä, että tietoa jaetaan tasapuolisesti kaikille prosessissa mukana oleville.
 - Yksittäistä tarjoajaa ei saa suosia tilaisuudessa esimerkiksi vastaamalla tarjoajan esittämiin, joskus hyvinkin yksityiskohtaisiin kysymyksiin.
 - Huolehdi, ettei yksittäinen tarjoaja pääse liikaa määrittämään tarjouspyynnön sisältöä.
- **Toimita yhteenveto- ja kiitosviesti tarjoajille tilaisuuksien jälkeen. Kuvaa viestissä, miten prosessi etenee.**



Kirjalliset vuoropuhelut eli asiakirjojen kommentointi

Markkinakartoituksen yhteydessä voidaan toteuttaa hankintayksikön valmistelemien tarjouspyyntöasiakirjojen kommenttikierros. Kierroksella tarjoajia voidaan pyytää esimerkiksi vastaamaan toimitettuun materiaaliin kohdistuviin hankintayksikön esittämiin kysymyksiin. Hankintayksikkö voi myös pyytää täsmäkommentteja mietinnän alla oleviin tarjouspyyntömateriaalin kohtiin.

Miksi toteuttaa kommentointikierros?

Kirjallinen kommentointi on tehokas keino saada pienellä vaivalla paljon tietoa tarjoajien ajatuksista. Kommentointikierroksen tarkoituksena on kartoittaa tarjoajien mielipiteitä laajoihin, tarjouspyyntöä koskeviin kysymyksiin tai yksityiskohtiin.

Milloin toteuttaa kommentointikierros?

Kommentointikierros tulee tehdä ennen tarjouspyynnön julkaisemista. Kommentointikierroksen ajankohta on oikea, kun kommentoitavaksi tarkoitettu dokumenttimateriaali on niin valmis, että tarjoajat voivat esittää siitä perustellun näkemyksensä. Toisaalta hankintayksikön on oltava valmis muokkaamaan materiaalia tarjoajien hyvien havaintojen pohjalta.

Huomioi kommentointikierros kilpailutuksen aikataulutuksessa

Tarjoajille tulee antaa riittävästi aikaa kommentoitavan materiaalin läpikäyntiin. Varaa myös runsaasti omaa aikaa kommentteihin tutustumiseen ja tarjouspyynnön päivittämiseen kommenttien pohjalta.

Miten toteuttaa kommentointikierros?

Kaikille hankinnasta kiinnostuneille ja ilmoitukseen vastanneille lähetetään materiaalia, josta on mahdollisuus esittää kommentteja ja muutosehdotuksia tiettyyn määräaikaan mennessä sähköpostilla tai verkkoalustaa käyttäen. Tyypillisimmin materiaali muodostuu hankintayksikön laatimista asiakirjaluonnoksista. Tavanomaista tekstimuotoista dokumentaatiota voi rikastaa toimittamalla myös kuvia, videomateriaalia tai muuta dataa. Hankintayksikön on oltava valmis sisällyttämään tarjoajien hyvät ideat osaksi

tarjouspyyntöä. On tarpeellista myös huolehtia siitä, että tarjoajien fokus suuntautuu materiaaliin oikealla tavalla ja pyrkiä varmistamaan, että pyydetyistä kommentteista ja kannanotoista on hankkijalle aitoa hyötyä tarjouspyynnön viimeistelyssä.



MUISTILISTA JA VINKIT KIRJALLISIIN VUOROPUHELUIHIN 1/2

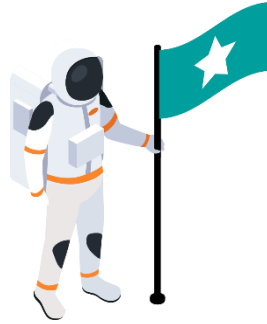
- ❑ **Olen lähettänyt saman materiaalin kommentoitavaksi kaikille tarjoajille**
 - Voit pyytää materiaaliin yleistason kommentteja tai tarjoajien näkemyksiä asioihin, jotka ovat hankintayksikön kannalta avoimia tai mietinnän alla.
- ❑ **Olen pyytänyt perustelut ja mahdolliset lisämateriaalit vastauksiin**
 - Tekstimuotoisten vastausten lisäksi voit pyytää halukkaita toimittamaan esimerkiksi videomuotoisen esittelyn tuotteestaan, näyttökuvia tai käyttäjätunnukset, joilla kokoilla tarjoajan demojärjestelmää
 - Voit myös pyytää vastauksia laajempiin avoimiin kysymyksiin koskien toimitettuja tarjouspyyntöluonnoksia ja tarjoajan tarjoomaa
- ❑ **Olen esittänyt kysymykset suosien suoraa muotoilua, esim.**
 - Sisältääkö alustava vaatimusmäärittely vaatimuksia, joita tarjoamanne tuote ei täytä?
 - Onko sopimusluonnoksessa ehtoja, joihin yrityksenne ei pysty sitoutumaan?
 - Millaisia ekologiseen tai sosiaaliseen kestävyyskriteeriin kohdistuvia vaatimuksia hankintaan voisi sisällyttää?
 - Millaista lisäinformaatiota tarvitsette esitetyn luonnosdokumentaation lisäksi, jotta voitte hinnoitella tarjouksenne mahdollisimman tarkasti?

MUISTILISTA JA VINKIT KIRJALLISIIN VUOROPUHELUIHIN 2/2

- ❑ **Olen kirjannut, että kyse on dokumenttiluonnoksista ja ne tulevat päivittymään kommenttien perusteella.**
- ❑ **Olen kirjannut, jos materiaali on osin tai kokonaan luottamuksellista.**
- ❑ **Olen varannut tarjoajille riittävästi vastausaikaa suhteessa materiaalin laajuuteen (esim. 1-2 vk)**
 - !!!Huomioi, että tarjoajat voivat tarvita alihankkijaverkostonsa tai muiden ulkoisten asiantuntijoiden tietoja vastausta laatiessaan
- ❑ **Olen varannut riittävästi aikaa itselleni vastausten analysointiin ja tarjouspyynnön päivittämiseen vastausten pohjalta**
- ❑ **Vastaan yhteisesti kaikille tarjoajille, jos/kun yksittäinen tarjoaja esittää lisäkysymyksiä materiaalista**
 - Tarjoajien vastaukset jäävät pääsääntöisesti vain hankintayksikön tietoon. Tyypillisesti vastauksia ei jaeta koosteena kaikille tarjoajille.

4.4. VAIHE 4: Huomioi markkinavuoropuhelun tulokset hankinnassasi

4.4. Huomioi markkinavuoropuhelun tulokset hankinnassasi



Markkinakartoitus ja markkinavuoropuhelu ovat päättäneet, ja uudet ideat ovat valmiita sisällytettäväksi tarjouspyyntömateriaaliin. Millaisia asioita tulisi huomioida?

Markkinavuoropuheluvaiheen päättymisestä ei usein ilmoiteta erikseen siihen osallistuneille. On kuitenkin tärkeää tiedottaa ennakoilmoitukseen tai tietopyyntöön vastanneille tai markkinavuoropuheluun osallistuneille, että tarjouspyyntö on julkaistu.

Muista tarjoajien tasapuolinen kohtelu

- Kukaan ei saa enemmän informaatiota kuin toinen
- Ketään ei syrjitä eikä suosita

Tarjouspyyntöä laatiessasi ota huomioon markkinavuoropuhelussa tai tietopyyntöön saamasi vastaukset ja muokkaa vaatimuksia, soveltuvuusvaatimuksia, vertailuperusteita, hinnoittelulomaketta, sopimusehtoja jne. niiden perusteella.

Tarvittaessa voit järjestää lisäkysymyskierrroksia tai valita hankintamenettelyksi neuvottelumenettelyn, kilpailullisen neuvottelumenettelyn tai innovaatiokumppanuuden. Voit myös jakaa hankinnan osiin tai useaksi erilliseksi hankinnaksi. Hankintayksikkö esittää lopulliset kantansa tarjouspyynnössä, jonka mukaisesti tarjoukset tehdään. Hankintalaki mahdollistaa näin kilpailutukset, joissa hankintayksikkö kuuntelee tarjoajakenttää.

Kilpailun vääristyminen - Ehdokkaan tai tarjoajan osallistuminen hankinnan valmisteluun

Jos ehdokas, tarjoaja tai tarjoajaan liittyvä yritys on osallistunut hankinnan valmisteluun, on hankintayksikön varmistettava, että tämä ei vääristä kilpailua. Hankintayksikkö voi esimerkiksi toimittaa muille ehdokkaille ja tarjoajille samat tiedot, jotka hankinnan valmisteluun osallistunut taho on saanut hankinnan valmistelussa tai jotka

ovat valmisteluun osallistumisen tulosta. Tällä toimenpiteellä on tarkoitus saattaa muut ehdokkaat ja tarjoajat tiedollisesti samalle tasolle kuin hankinnan valmisteluun osallistunut yritys.

Tarkoituksena on, että kaikilla ehdokkailla ja tarjoajilla olisi tasapuolinen mahdollisuus valmistella osallistumishakemuksensa tai tarjouksensa samojen tietojen pohjalta. Erityisen tärkeää on varmistua siitä, että yksittäinen toimija ei pääse vaikuttamaan liikaa lopullisen vaatimusmäärittelyn tai muiden tarjouspyyntöasiakirjojen toteutukseen.

Viimeisenä vaihtoehtona on tarjousten käsittelyvaiheessa sulkea kilpailusta tarjoaja, jonka osallistuminen tarjouskilpailun valmisteluun on saattanut vääristää kilpailua. Tätä ennen on tarjoajalle annettava tilaisuus esittää selvityksensä tilanteesta (Hankintalain 81 §:n mukainen hankinnanvarainen poissulkemisperuste).

5. Markkinakartoitus hankintalain näkökulmasta

KEINO

KESTÄVIEN JA INNOVATIIVISTEN
JULKISTEN HANKINTOJEN
VERKOSTOMAINEN OSAAMISKESKUS

5. Markkinakartoitus hankintalain näkökulmasta

**Markkinakartoitusta
tehtäessä on
muistettava avoimuuden
ja suhteellisuuden
periaatteet sekä
tarjoajien tasapuolinen
ja syrjimätön kohtelu**

Hankintalaki 65§

- Ennen hankintamenettelyn aloittamista hankintayksikkö voi tehdä markkinakartoituksen hankinnan valmistelua varten
- Hankintayksikkö voi antaa tietoa toimittajille tulevaa hankintaa koskevista suunnitelmistaan ja vaatimuksistaan.
- Hankintayksikkö voi käyttää riippumattomia asiantuntijoita, muita viranomaisia tai toimittajia hankintamenettelyn suunnittelussa ja toteutuksessa.
- Neuvojen käyttäminen ei kuitenkaan saa johtaa kilpailun vääristymiseen eikä johtaa syrjimättömyyden ja avoimuuden periaatteiden vastaiseen menettelyyn.

Hankintalaki 66§

- Jos ehdokas, tarjoaja tai tarjoajaan liittyvä yritys on osallistunut hankinnan valmisteluun, on varmistettava, ettei tämä vääristä kilpailua.

Pekka Alahuhta, Liisa Lehtomäki, Hansel
Eriika Autio, Business Finland
Olli Jylhä, Kuntaliitto