



KOMMENTAR

Artikkelforfatter Trond Husby er daglig leder i kurs og rådgivnings-selskapet cleaning.no. Han er engasjert av Renholdsnytt til å skrive en artikkelserie om tilbudsutforming for renhold. Lesere som har spørsmål til Husby, kan kontakte han på e-post trond.husby@cleaning.no

Lavest pris vinner alltid?

Vi har i de tre forrige utgavene av Renholdsnytt sett på prosessen med å utvikle gode tilbud for renholdstjenester. Vi har da blant annet diskutert markedsføring, og hvordan få komme i posisjon til å gi tilbud. Vi har sett på kundens mulige kjøpekriterier, vår egen produkt-marked matrise, veivalg som bør tas, og kalkyler og kalkulasjonsprinsipper. Dette er områder som bør forstås og beherskes for å kunne forberede et godt tilbud, og hvor målet ikke bare er å tilby laveste pris. Vi har mottatt flere kommentarer og innspill fra leserne som tyder på at dette er temaer som mange er opptatt av.

Renholdsytelser.

En av tilbakemeldingene vi har fått gjelder en viktig presisering av «Renholdsyttelse», hvor det påpekes at det eksisterer en rekke ulike forståelser av begrepet. Tradisjonelt har mange tatt utgangspunkt i byggets totalareal, slik at f.eks et bygg på 600 m², med renholdstid på to timer, så oppgis ytelsen til å være 300 m² pr. time. Om dette skal bli riktig så forutsettes det at renholdsfrekvensene i alle rom er like. Det er altså først når man tar hensyn til hvor mange kvadratmeter som samlet rengjøres at ytelsesbegrepet blir riktig. Dette kan med fordel beregnes som et ukeareal, som da blir summen av gulvarealene multiplisert med frekvenser. Divideres dette da med renholdstiden pr uke, vil ytelsebegrepet bli mer presist.

Dersom vi i nevnte eksempel har 300 m² som rengjøres fem dager i uken (til sammen 1500 m²), og 300 m² som rengjøres en dag i uken vil arealet som i gjennomsnitt rengjøres hver dag være 360 m² (1800 m² dividert på fem dager). Om det i gjennomsnitt er avsatt to timer på dette renholdet, vil den korrekte ytelsen være 180 m² pr. time (og ikke 300 m² pr. time). Renholdsyttelse kan derfor med

fordel defineres som «det daglige gjennomsnittlige renholdsarealet dividert på den daglige gjennomsnittlige renholdstid».

Økonomisk mest fordelaktig?

Ved innhenting av tilbud på renhold utarbeider oppdragsgivere et konkurransegrunnlag som tilbyderne skal forholde seg til. Vi har tidligere kommentert at disse grunnlagene ofte er mangelfulle og uklare fra oppdragsgivers hånd. Likevel, mange tilbydere har åpenbart is i magen og leverer sitt tilbud selv på et tynt grunnlag. Vi finner da grunn til å rette oppmerksomheten mot tilbyderes kompetanse innen kalkulasjon og tilbudsberging, og synliggjør dette ved et konkret case fra en nylig gjennomført offentlig anbudskonkurranse.

Caset gjelder en renholdsanskaffelse, med tildelingskriterier basert på vektning av pris med 50 prosent, kvalitet 35 prosent og miljø 15 prosent. Dette er etter hvert blitt en ganske vanlig vektning av kriterier. I vårt eksempel er det en oppdragsgiver som stiller høye krav til kvalitet på det daglige renholdet, og kunne derfor etter vår oppfatning med fordel vektet kvalitetsmomentet enda høyere.

Renholdsbedriften (X renhold) som har hatt en avtale om renhold for denne oppdragsgiveren i en årrekke mottok årlig ca 1,2 mill for sine tjenester, og lønnet fast to medarbeidere i full stilling (15 timer daglig). Oppdragsgiveren har alltid vært meget tilfreds med renholdet, og avtalen har «rullet og gått» hvor alle parter har vært fornøyd med situasjonen.

Ved evaluering av de innkomne tilbud blir X renhold sin score på miljø og kvalitet poengsatt høyt, men mister avtalen fordi prismessig er tilbudet noe over det vinnende tilbud. Pris sammenholdt med kva-

litet og miljø medfører derfor at tilbudet fra vinnende tilbyder er økonomisk mer fordelaktig enn tilbudet fra X Renhold. Økonomisk mest fordelaktig er definert av oppdragsgiver som tilbudet som oppnår størst total scoringssum (summen av tilbudets vektete scoringer).

Tabellen viser prisen fra de forskjellige tilbyderne.

	Pris per år:
	989 694
	1 917 190
	1 942 525
X renhold	1 080 000
Vinnende tilbud	840 000
	917 448
	944 160
	2 057 904
	964 158
	948 000
	1 200 000
	1 365 804
	919 992



Illustrasjonsfoto: Colourbox

Vinnende tilbud og X renhold sin score på tildelingskriteriene:

	Vinnende tilbud	X Renhold
Tildelingskriterium 1 – Pris	5,00	3,82
Tildelingskriterium 2 – Kvalitet	2,61	3,03
Tildelingskriterium 3 - Miljø	1,50	1,50
Sum score	9,11	8,35

Vi ser at den laveste prisen blir utslags-givende for oppdragsgiverens valg, på tross av at dagens leverandør har godt dokumentert kvalitet i sine tjenester, ikke minst basert på en særdeles fornøyd oppdragsgiver gjennom mange år. Vi tillater oss å antyde at oppdragsgiveren på et senere tidspunkt muligens vil kunne komme til erkjennelsen av at ergrelsen over den dårlige kvaliteten holder seg lenge etter at gleden over den lave prisen er glemt.

Når vi ser på spriket i de prisene som er levert, kan man undres over om tilbyderne har benyttet det samme grunnlaget for sine kalkuleringer. Med laveste pris på 840.000 kroner og høyeste på mer enn to millioner kroner så fremstår dette etter vår oppfatning som påfallende. Om dette skyldes at konkurransegrunnlaget er uklart formulert, manglende kunnskap om kalkulasjon hos tilbyderne eller muligens en kombinasjon av disse, er ikke godt for oss å avgjøre. Vi minner om at X renhold har vært leverandør i flere år, og da til en pris rundt 1,2 millioner kroner. I konkurransen ble prisen redusert med ti prosent, som X renhold oppfattet som en maksimum reduksjon dersom avtalens krav til kvalitet skulle videreføres og samtidig gi en forsvarlig inntjening på avtalen. Konkurranses grunnlaget er basert på den tidligere situasjon med uendrede renholdsarealer og frekvenser. Det var altså ingen vesentlige endringer i arbeidsomfanget som skulle

tilsi en kraftig reduksjon av prisen.

Det er ikke vårt mandat å utrope hvilken pris som er den riktige, men synes likevel at vårt eksempel er godt egnet til å utfordre enkelte av tilbyderne kalkyler. Det er rimeligvis de dyreste og billigste tilbudene som vekker mest oppmerksomhet, og da selvfølgelig den laveste prisen som ofte tilhører det totalt sett «økonomisk mest fordelaktige» tilbudet. Hva er det da som skjer? Hvordan har det vinnende rengjøringsfirmaet beregnet prisen? Om man tenker seg at de vil fortsette med samme rammetid som dagens renholdere har, så vil de tape penger på kontrakten. Har de da dumpet prisen kun for å skaffe seg en «signaturkontrakt»? Eier av en av de største renholdsbedriftene i Norge fortalte for en tid tilbake at hans tilfredsstillelse ligger i selve konkurranseelementet, altså gleden av å vinne kontrakter. Lønnsomhet er mindre viktig, siden hans bedrift allerede er meget stor. Det blir da åpenbart at for de mindre selskapene fremstår det som vanskelig å konkurrere under slike premisser.

Vi har vondt for å tro at de selskapene som leverer de laveste prisene er betydelig smartere eller faglig dyktigere til å drifte sine kontrakter enn andre. Muligens er de bedre på å behovsvurdere renholdet? I kravspesifikasjonen i vårt eksempel heter det om behovsvurdering at; *Et renholdsobjekt som er rent, må ikke rengjøres selv om*

renholdsplanens frekvens tilsier dette. Tiden skal anvendes der behovet for renhold er størst. Krav til kvalitetsmål formuleres noe uklart, men må forstås som strenge krav siden alle objektgrupper skal være i sin helhet fri for støv, flekker og smuss. Med et skråblikk på kvalitetssystemet Insta 800, er dette en beskrivelse av en renholdskvalitet tilsvarende nivå fem på hele bygget. Dette er et svært strengt krav. Vi tillater oss derfor å ønske både oppdragsgiver og den nye leverandøren lykke til, og krysser fingre for at det går bra. Vår omtanke er likevel som alltid rettet mest mot renholderne som skal utføre renholdsoppgavene, hvor vi håper de blir gitt realistiske rammetider og akseptable arbeidsforhold.

Utarbeidelse av gode tilbud er ikke enkelt. En tilbyder dras mellom krav om lønnsomhet for bedriften, nødvendige rammetider for renholdere, ønske om vekst gjennom inngåelse av nye avtaler, oppdragsgiveres fokus på lave priser osv. Vi foreslår at oppdragsgivere ber tilbyderne oppgi sine renholdsytelser, og i dette da planlagt tid for utførelse av renholdet. Renholdsyttelsene gir en god indikasjon på hvilken leverandør som bør foretrekkes, dersom man har forståelse for at det er grenser for hvor raskt en renholder kan og bør arbeide. Leverandørene bør på sin side kvalitetssikre sine kalkulasjoner, og aktivt innhente all nødvendig informasjon som kan påvirke beregningene av renholdstider. Og, ikke minst må bedriften i sine strategiske veivalg grundig vurdere fordeler og ulemper ved å konkurrere om kontrakter som dessverre ofte gir minimale dekningsbidrag.