



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

Tilbudsutforming

Ved innlevering av tilbud på renholdstjenester vil mange faktorer kunne spille inn for hvorvidt nettopp ditt tilbud blir foretrukket hos oppdragsgiveren. Som regel er det mange leverandører som konkurrerer om de samme oppdragene, og valg av til-delingskriteriene varierer mellom de ulike oppdragsgivere. Pris og annen dokumentasjon må derfor presenteres på en profesjonell måte, slik at innkjøper får et riktig og best mulig inntrykk av ditt selskap. Dette gjelder både tilbudets innhold og layout, og vår erfaring er at mange leverandører med fordel bør legge noe arbeid i å utarbeide en bedre tilbudsprentasjon.

NS INSTA 810 – Standard for innkjøp av renholdstjenester

NS INSTA 810 ble utgitt i Norge første gang høsten 2011, og er en standard som angir krav og anbefalinger for anskaffelse av renholdstjenester og rengjøringsrelaterte serviceoppgaver i offentlig sektor. Standarden må ikke forveksles med NS INSTA 800, som er en kvalitetsstandard for renholdstjenester. Prosedyrer og vilkår for offentlig anskaffelse skal være i samsvar med forskrifter, direktiver og regler om anskaffelse som EU og lokale myndigheter har gitt. I standarden heter det blant annet at «Anbudet skal inneholde all informasjon om lokalene

som kan påvirke renholdskostnadene». Vårt inntrykk er at denne standarden fortsatt er relativt ukjent for de fleste innkjøpere, og at konkurransegrunnlag som sendes ut ofte er mangelfulle og uklare. Det forventes likevel at renholdsleverandørene skal beregne sine tilbud basert på den oppgitte informasjon, noe de fleste da også faktisk gjør. Etter vår oppfatning kan dette ofte være et sjansespill, og vi finner det fristende å sitere Ibsen: «Når utgangspunktet er som galest, blir resultatet som originalest»

Vi ønsker å synliggjøre problemstillingen ved å henvise til et ferskt eksempel fra en nylig gjennomført offentlig anbudskonkurranse, hvor det i kravspesifikasjonen er satt opp et punkt som heter *Kvalitet på renholdstjenesten*. Her skal man kunne forvente å få beskrevet hvilke kvalitetskrav som stilles. Imidlertid er de

opplistede punktene utelukkende knyttet til en beskrivelse av arbeidsomfanget, altså kun hva som faktisk skal gjøres. For eksempel «Toalettene skal vaskes innvendig og utvendig». Virkelig problematisk blir dette når man under *Oppfølging og inspeksjon* finner følgende krav:

Oppdragsgiver forbeholder seg retten til når som helst å foreta kvalitetskontroll. Leverandør forplikter seg til å utbedre de mangler som påpekes og snarlig bringe standarden opp på forventet nivå. Dersom leverandør ikke innfrir den kvaliteten som er beskrevet, kan dette føre til oppsigelse av avtalen.

Vi liker dette dårlig, og undrer oss over hvordan oppdragsgiver kan tillate seg å henvise til forventet nivå og beskrevet kvalitet så lenge dette ikke fremkommer i anbudsgrunnlaget. Vi finner også grunn til bekymring i at tilbyderne ofte er svært passive i forhold til denne type formuleringer. Det bør etter vår mening spørres etter mer inngående beskrivelser i konkurransegrunnlaget. I dette tilfellet spesifisering av målkrav for kvalitet. Gleden av å vinne en ny kontrakt kan raskt stilne når man oppdager mulige konsekvenser av noe som, etter vår oppfatning, i verste fall kan fremstå som en slavekontrakt mellom oppdragsgiver og leverandør. Leverandøren har forpliktet seg til å



Illustrasjonsfoto: Colourbox

levere et kvalitetsnivå, men som altså ikke er definert i kontrakten.

Tildelingskriterier

En offentlig anbudsinnbydelse skal angi prosedyre og vilkår for innlevering av tilbud, oppstart, system for evaluering av tilbud, leveransens omfang, krav til leverandøren, tekniske krav og kontraktsmessige forhold. Legg merke til at dette er et må-krav, og ikke valgfritt. Dette er et oppsett som med fordel også kan benyttes av privat sektor, men private innkjøpere er ikke forpliktet til å følge regelverket som gjelder for offentlig anskaffelse.

I henhold til NS INSTA 810 anbefales det å bruke en tre-trinns modell for evaluering av tilbud; avvisningskriterier, utvelgeskriterier og tildelingskriterier. Kriterier for avvisning skal hovedsakelig knyttes til manglende overholdelse av frister, lover og forskrifter. Eventuelt ved ikke å besvare anbudsinnbydelsen på riktig måte. Leverandøren blir da utelukket fra videre konkurranse. Utvelgeskriterier skal knyttes til leverandørens kvalifikasjoner, som finansiell, økonomisk og teknisk kapasitet. Tildelingskriterier skal gjenspeile forhold som er viktige for at leverandøren skal kunne oppfylle kravene i kontrakten. Eksempler på tildelingskriterier er kvalitet og service, personalets kompetanse, ledelse, miljøfaktorer, og pris. Kriteriene oppgis vanligvis med en innbyrdes vektning, hvor det ikke er uvanlig at pris vektes til 50 prosent eller mer. Et større fokus i evalueringprosessen på de andre tildelingskri-

teriene kan for en innkjøper kanskje virke mer arbeidskrevende på kort sikt. Likevel tror vi at dette vil gi et bedre grunnlag for valg av leverandør, og på lengre sikt en mer fornøyd oppdragsgiver basert på god og stabil kvalitet på renholdet.

Tilbudspresentasjon

Før innlevering av tilbud er det svært viktig at man går nøye igjennom konkurransegrunnlaget, og besvarer og dokumenterer alt som er etterspurt. Dersom man opplever uklarheter og usikkerhet om forståelse av grunnlaget, må det stilles spørsmål til innkjøper. Det anbefales å alltid delta på befaringer der hvor dere vurderer å levere tilbud. For å unngå avvisning i en offentlig anbudskonkurranse er det selvfølgelig viktig at all etterspurt dokumentasjon blir innlevert. Dokumentasjonen må leveres kronologisk i samsvar med krav som stilles i konkurransegrunnlaget, og presenteres på en ryddig og lettlest måte. Det anbefales at en god og innholdsrik presentasjonsmappe også benyttes til tilbud for privat sektor. Tilbudets innhold og substans vil rimeligvis alltid være viktigst, men det kan ikke skade at tilbudet utformes på en slik måte at leseren får et solid og ryddig inntrykk av leverandøren. Unngå da alt for mye tekst i form av tomprat og egenskryt, da dette kan være mest egnet til å fremkalle leserens irritasjon. Husk at det ofte leveres tilbud fra mange tilbydere, og for å skille seg ut positivt kan det derfor lønne seg å fremstå kompetent, solid og konkret.

De fleste ledere av renholdsbedrifter som

vi møter gir klart uttrykk for at de skulle ønske at også andre tildelingskriterier enn lavest pris i større grad blir lagt til grunn i konkurranser. Vi er enig, og oppfordrer i første omgang til å ta initiativ til en grundig evaluering av bedriftens tilbudspresentasjon. Vårt råd blir da at dere til alle tilbud utarbeider en presentasjon som er egnet til å gi et solid og helhetlig inntrykk av dere som leverandør. En tilbudsmappe bør i tillegg til priser og renholdsplaner vise til kvalitetsplaner, system for avvikshåndtering, kompetanse, opplæringsplaner, prosedyrebeskrivelser, gjennomføringsplaner, plan for oppstart og organisering av kontrakten, oppfølging og kontrollrutiner, miljøhensyn, HMS rutiner, samt eventuelle referanser og sertifiseringer. En kortfattet egenpresentasjon av bedriften kan i mange tilfeller også virke positivt.

Renholdbransjen i Norge er i en omstillingsfase. Dette har blant annet medført strengere offentlige krav og oppfølging av den enkelte renholdsbedrift. Mange bedrifter har sendt sin dokumentasjon for å bli offentlig godkjent av Arbeidstilsynet, mens andre driver videre under parolen «det går nok bra». Imidlertid synes det stadig klarere at en økt profesjonalisering ikke bare går i retning av evnen og viljen til å etterkomme offentlige lover og forskrifter. Dette også i forhold til bedriftsinterne rutiner, krav til kvalitet, oppfølging av kunder og ansatte, salg og markedsføring, kalkulering av tilbud samt en tillitsvekkende profilering av renholdsbedriften og dens renommé.