

# Polku onnistuneisiin lähiruokahankintoihin

Mia Koljonen, hankinta-asiantuntija

Ju-Ha Consulting Oy

---

# Mia Koljonen

Hankinta-asiantuntija, Hankintakoutsi  
Yrittäjä



# Ju-Ha Consulting Oy

---

Julkisten hankintojen asiantuntijaorganisaatio  
Mia, Jaana, Hilma ja Leena ovat apunasi hankinnan kaikissa vaiheissa  
[www.juhaconsulting.fi](http://www.juhaconsulting.fi)

”Julkiset hankinnat ovat juuri niin hyviä kuin miksi ne tehdään”



# Polku onnistuneisiin lähiruokahankintoihin

# Mitä hankintalaki määrää ja ei määrää?

---

Hankintalaki ei määrää mitä ostetaan.

Hankintalain velvoitteet ovat menettelytapasäännöksiä, eli ne koskevat itse kilpailuttamisprosessia.

Hankintalaki ei ota kantaa hankinnan sisältöön tai sopimusehtoihin.

Hankinnan **kokonaisvaltainen suunnittelu ja ostamisen osaaminen** ovat ensiarvoisen tärkeitä hyvän lopputuloksen saavuttamiseksi.

---

AVOIMUUS  
TASAPUOLISUUS  
SYRJIMÄTTÖMYYS  
SUHTEELLISUUS

# Hankinta on viestintää

---

Kaikissa hankinnan eri vaiheissa **oikeanlainen ja oikea-aikainen** viestintä on ensiarvoisen tärkeää.

# Viesti ennakkoon

---

- Yritykset pystyvät valmistautumaan ja vastaamaan hankkijan tarpeisiin.
- Yritykset pystyvät suuntaamaan omia tulevaisuuden investointejaan (esim. tavoitteet täyttävä kalusto, koneet, henkilöstö tms.)
- Yrityksillä on aikaa muodostaa kumppanuuksia palvelun tai tuotteen tarjoamiseksi.
- Pohjustaa hyvien sopimuskumppaneiden löytämistä.
- Mahdollistaa hankintojen yhteensovittamisen muiden hankintayksiköiden kanssa.



# Tunne markkinat

---

- Mitä on mahdollista saada läheltä
- Markkinat muuttuvat kysynnän mukaan
- Avoin viestiminen strategisista tavoitteista luo markkinoita

---

Onnistuneen hankinnan edellytys on, että ostaja tietää,  
mitä haluaa ostaa ja mitä markkinoilla on tarjolla.  
Tarjoajien on myös ymmärrettävä ostajan tarpeet ja  
odotukset.

Julkisessa hankinnassa hyvän tarjouspyynnön laatiminen edellyttää  
markkinoiden tuntemista.

Tuntemalla markkinoiden tarjontaa hankintayksikkö voi selkeämmin  
määritellä hankinnan kohteen valintaperusteet, vertailuperusteet ja  
sopimusehdot.

# 1 Markkinakartoitus

---

Mitä on mahdollista saada?

## 2 Ruokalistasuunnittelu

---

### Yhteistyö ja tuotekehitys

Kun tiedetään millaisia mahdollisuuksia alueella on saatavilla, tulee ne viedä käytäntöön > ruokalistalle

# 3 Markkinavuoropuhelu

---

Anna tietoa

Kerro tarpeesta ja tavoitteista avoimesti

Anna tarjoajille aikaa

---

Tutki  
Tutustu  
Keskustele  
Tiedota

Voit julkaista tietopyynnön tai markkinavuoropuhelukutsun [www.hankintailmoitukset.fi](http://www.hankintailmoitukset.fi) palvelussa tai kutsua alan toimijoita keskustelemaan suoralla kutsulla.

# Miksi markkinavuoropuhelu?

---

Auttaa selvittämään millaisia tuotteita tai palveluratkaisuja markkinoilta on saatavilla.

Auttaa ymmärtämään millaisella menettelyllä kannattaa ko. hankinta kilpailuttaa.

## Jaetaan tietoa:

Hankintayksikkö kertoo omista tavoitteistaan ja tarpeistaan.

Tarjoajat antavat tietoa, miten heidän tuotteensa tai palvelunsa ratkaisevat hankintayksikön tarpeen.

# 4 Jaa hankinnat realistisiin osiin

---

Realismia – millaisiin sopimukseen tuottajat ovat valmiita sitoutumaan

**Korosta yhteistyön mahdollisuutta:** alihankinta tai konsortio

**RISKIENHALLINTA** - Dynaaminen hankintajärjestelmä ja puitesopimus toimivat paremmin kuin sopimus yhden toimijan kanssa



# 5 Sopimus joka toimii molemmille

---

Sopimuksena aikainen toiminta on yhteistyötä

Hankintalaki määrittää sopimuksen muutosten mahdollisuudet rajallisiksi.

Sisällytä sopimukseen muutoksen mahdollisuuksia ja joustoja.

---

# LÄHIRUOKAA TEEMAVIIKKONA

---

Nappaa meitä hihasta keskustelun  
jatkamiseksi

