

STRATEGISKT INKÖP I OFFENTLIG UPPHANDLING

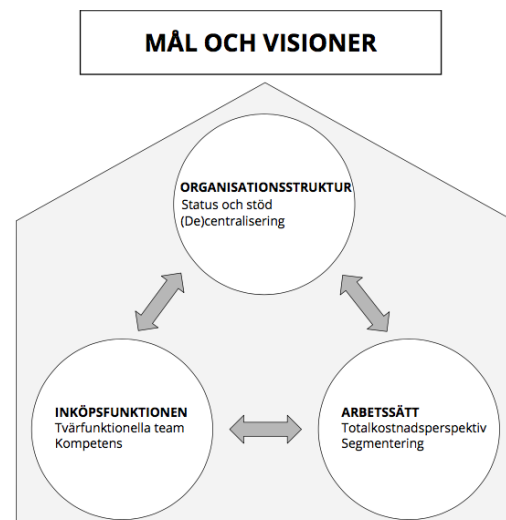
- Vad behövs för att lyckas?

Vad är “strategiskt inköp”? Och är det något som våra svenska myndigheter använder sig av? Examensarbetet har undersökt vad som är typiskt för strategiskt inköp, och sedan undersökt hur det förhåller sig i praktiken inom offentlig sektor. Det viktigaste är att mål och visioner finns på plats, att inköpsfunktionen får det stöd den behöver från ledningen, samt att man har den kompetens som krävs.

Varje år sker nästan 18 000 upphandlingar, vilket omsätter ca 700 miljarder SEK. Offentlig upphandling är den offentliga sektorns sätt att göra de inköp som krävs för sin verksamhet. Inköp som funktion kan ha stor betydelse för en organisations resultat, och genom strategiskt inköpsarbete kan resultaten förbättras. Strategiskt inköpsarbete syftar till att verka för det övergripande och långsiktiga målen för organisationen. Att öka det strategiska arbetet inom offentlig upphandling är en möjlighet att nå stora besparingar och andra positiva samhällseffekter.

Det finns mycket skrivet inom ämnesområdet strategiskt inköp, men det mesta är baserat på arbete inom privat sektor, och väldigt lite forskning finns om hur det ser ut i offentlig sektor. Modellen som presenteras ger en överblick över vilka faktorer som tas upp av forskningen om strategiskt inköp, och hur de samverkar. Faktorerna är: inköpsfunktionens status och stöd i organisationen, (de)centralisering av inköpsfunktionen, segmentering inom inköpsarbetet, totalkostnadsperspektiv, tvärfunktionella team, och kompetens inom inköpsfunktionen. Alla dessa faktorer är en del av arbetet mot organisationens och inköpsfunktionens långsiktiga mål och visioner.

Denna modell har sedan jämförts med resultaten från intervjuer som genomförts på fyra olika svenska upphandlande myndighet för att se hur strategiskt inköp ser ut i



praktiken i offentlig sektor. De intervjuade myndigheterna var ett statligt bolag, två kommuner och en region. Intervjuerna visade att organisationerna arbetade i olika stor utsträckning med strategiskt inköp, från en relativt låg nivå till en relativt hög.

De faktorer från modellen som framstod som viktigast i empirin var mål och vision, status och stöd, samt kompetens. Det var tydlig skillnad på det strategiska inköpsarbetet mellan de organisationer som hade förankrade mål och de som saknade mål. En ledningsgrupp som ser värdet med inköpsfunktionen kan ge den tillgång till de resurser som krävs för att utveckla inköpsarbetet. Hög kompetens inom inköpsfunktionen möjliggör mer strategiskt arbete och kan i förlängningen bidra till att höja funktionens status i organisationen.

Stöd från ledningsgrupp och inköpsfunktionens kompetent bidrar också med en förståelse för inköp och det affärsmässiga värdet inköpsfunktionen kan tillföra till organisationen. Denna förståelse är nödvändig för att organisationen ska se inköp som en strategisk viktig funktion. Vilken typ av upphandlande myndighet det rör sig om har också betydelse, men är inte avgörande, för arbetet med strategiskt inköp.

AV: Astrid Petersson & Tone Riise Åberg