



Goedemensen

projectprofessionals

Marktverkenning: waardevolle dialoog tussen markt & overheid

Wil je als publieke opdrachtgever jouw vraag aan laten sluiten op de kansen en het aanbod uit de markt? Ga dan al voor start van een inkooptraject met de marktpartijen in gesprek. Deel je ambitie en laat de markt meedenken over oplossingen. Zo benut je de kennis, het innovatievermogen en de oplossingsgerichtheid van marktpartijen.

Het onderzoeksteam van de Hanzehogeschool Groningen bestaande uit Rigt de Kroon en Puck Hosman, voerde voor Goedemensen praktijkgericht onderzoek uit. Het onderzoek leverde aanbevelingen op om de resultaten van een marktverkenning te verbeteren, waardoor marktpartijen zich gestimuleerd voelen informatie te delen. De resultaten voor het onderzoek zijn gehaald uit kwalitatieve interviews met publieke opdrachtgevers en hun leveranciers.

Aanbestedingswet- en regelgeving

Voordat we je meenemen in de resultaten en aanbevelingen van het onderzoek, willen we stil staan bij de vraag: kan vroegtijdige interactie met de markt juridisch wel? Er bestaan risico's, maar wij vinden deze beheersbaar en niet in verhouding staan tot de kansen. De beginselen van het aanbesteden - transparantie, gelijkheid, proportionaliteit en non-discriminatie - zijn kader gevend voor de marktverkenning. We moeten ervoor zorgen dat een marktpartij die deelneemt aan de marktverkenning geen bevoordeelde of benadeelde positie verkrijgt. Om dit na te streven delen we alle informatie opgehaald uit de marktverkenning – met uitzondering van bedrijfsvertrouwelijke informatie – met potentiële inschrijvers. Goedemensen doet continu onderzoek naar het juridisch kader voor de marktverkenning met als uitgangspunt: hoe kan het wél. Ben je benieuwd hoe het wél kan? Neem contact op met Goedemensen.

Belangrijkste resultaten

Uit de interviews met publieke opdrachtgevers blijkt dat marktverkenning gezien wordt als waardevol instrument

voor het aansluiten van vraag en aanbod. Het inzetten van een marktverkenning levert voor beide partijen efficiencyvoordelen en verbeterde risicobeheersing op. Daarnaast is het een belangrijk middel om marktpartijen te motiveren tot inschrijving. Publieke opdrachtgevers signaleren tegelijkertijd ook een belemmering: de bereidheid om over en weer informatie te delen is verbeterbaar. En dat bevestigt de noodzaak van dit onderzoek. Tijd om te luisteren naar de marktpartijen om inzicht te krijgen in de wijze waarop zij zich gestimuleerd voelen informatie te delen.

Uit het onderzoek komen nog meer belangrijke resultaten naar voren. We halen in dit artikel drie aandachtspunten aan voor het stimuleren van informatiedeling:

- Uit de interviews met marktpartijen blijkt dat de marktverkenning vaak toetsend ingezet wordt. Hierdoor ervaren zij weinig ruimte om invloed uit te oefenen op de aansluiting van vraag en aanbod. Marktpartijen voelen zich meer gestimuleerd informatie te delen als de marktverkenning niet gebruikt wordt om te toetsen. De kaders moeten zo leeg mogelijk zijn en de ruimte om oplossingen aan te dragen en invloed op de vraag te hebben zo groot mogelijk.
- De mate waarin de publieke opdrachtgever zelf bereid is open en transparant informatie te delen vergroot het vertrouwen om zelf ook informatie te delen. Daarnaast willen marktpartijen zekerheid dat iedereen over dezelfde informatie beschikt en dat bedrijfsgevoelige informatie niet gedeeld wordt. Zij willen vooraf inzicht in de maatregelen die de publieke opdrachtgever hiervoor treft.
- Het doel, de investering in tijd en de verwerking van de opgehaalde informatie in de daadwerkelijke uitvraag moeten vooraf helder zijn.

De aanbevelingen

Uit het onderzoek blijkt dat de bereidheid om informatie en kennis te delen in de marktverkenning vergroot wordt als de randvoorwaarden helder zijn. Gebruik de marktverkenning niet om een oplossing te toetsen, maar haal een oplossing uit de markt. Om informatie transparant te delen is wederzijdse vertrouwen nodig dat er zorgvuldig wordt omgegaan met vertrouwelijke bedrijfsinformatie. En dat de invloed van de opgehaalde informatie op de daadwerkelijke uitvraag inzichtelijk is.

De resultaten van de marktverkenning verbeteren door van tevoren spelregels te delen. Aanbevolen is in die spelregels minimaal het volgende mee te nemen:



Ambitieschets

Schets de ambitie, de huidige situatie en beschikbare middelen. Wees open, dat geeft vertrouwen. Deel ook de risico's die je signaleert. Houd je kaarten niet tegen de borst en motiveer daarmee de marktpartijen hetzelfde te doen. Zo krijg je een zo volledig mogelijk risicoprofiel dat je in staat stelt de risico's vroegtijdig te reduceren. Let op dat je uitsluitend de huidige situatie schetst en geen oplossing.



Doelstelling

Geef duidelijk je doelstelling aan zoals het ophalen van kennis, oplossingsrichtingen en/of innovatie-mogelijkheden voor de geschetste ambitie. Geef ook aan hoe de terugkoppeling plaatsvindt van de informatie die gebruikt wordt voor de vervolgstappen zoals het opstellen van een programma van eisen, het ontwikkelen van de inkoopstrategie en het plan van aanpak voor het selecteren van de juiste leverancier. Benadruk dat het een marktverkenning betreft dat geen onderdeel uitmaakt van het aanbestedingstraject.



Vragen

Enkele tips over het stellen van vragen:

- Deel voorafgaand aan de marktverkenning de vragen en houd ruimte open voor overige kansen, oplossingen en risico's die de marktpartij signaleert.
- Beperk het aantal vragen, een marktverkenning is voor beide partijen tijdsintensief.
- Stel vragen die geen sturing geven aan de gedachten van de marktpartijen.
- Stel open vragen, houd ruimte voor oplossingsrichtingen en creativiteit.
- Deel risico's en kansen met elkaar.
- Houd ruimte voor wat er verder ter tafel komt.



Level playing field

Geef aan welke maatregelen je neemt om te zorgen dat alle marktpartijen over dezelfde informatie kunnen beschikken.



Vertrouwelijke bedrijfsinformatie

Geef spelregels rondom vertrouwelijke bedrijfsinformatie. Maak inzichtelijk hoe je borgt dat vertrouwelijk bedrijfsinformatie niet gedeeld wordt. Aanbevolen is om een samenvatting ter controle aan te bieden aan de betreffende marktpartij. Dit geeft vertrouwen. Zo stel je de bereidheid om transparant kennis, informatie en risico's te delen, veilig. Deel vervolgens de opgehaalde informatie met een samenvatting en de conclusies van de marktverkenning in zijn geheel. Zo maak je ook inzichtelijk hoe de gedeelde informatie een plek heeft gekregen in de uiteindelijk uitvraag en maak je de verhouding investering versus invloed inzichtelijk.

Dit onderzoek is tot stand gekomen vanuit de samenwerking tussen de Hanzehogeschool en Goedemensen projectprofessionals en uitgevoerd door Rigt de Kroon en Puck Hosman.

Goedemensen
projectprofessionals

Meer weten?

Neem contact met ons op:

John M. Keynesplein 12-46
1066 EP Amsterdam
Tel: 088 011 2000
E-mail: info@goedemensen.nu
www.goedemensen.nu