

Veelgestelde vragen



21-03-2023

Wie is onderdeel van het inkoopproces?

Het gehele inkoopproces wordt gestart door de interne opdrachtgever. Deze richt samen met de inkoopadviseur het proces in. De opdrachtgever is in de lead en de inkoopadviseur faciliterend. In diverse (grotere) gemeentes zijn daarbij beleidsadviseurs op maatschappelijke thema's betrokken. Wanneer we spreken over maatschappelijke doelstellingen of thema's bedoelen we de energietransitie, circulaire economie, klimaatadaptatie, impact ondernemen en inclusieve arbeidsmarkt.

Waarom wordt er nog weinig ingekocht met impact?

1. Weinig urgentie voor bijdragen aan maatschappelijke doelstellingen via inkoop. Andere doelstellingen gaan voor de maatschappelijke. Het aanpakken van een maatschappelijke uitdaging is wel een wens gemeente breed en bij opdrachtgevers en inkoop maar vanuit beleidsdoelstellingen niet uitgewerkt naar inkoop op MVI. Of is niet geprioriteerd/gewogen, waardoor teveel doelstellingen bij een aanbesteding bestaan. Duidelijker kaders/procedure/eisen ontbreken, dus wordt impact in bepalen van de behoefte makkelijker als 'secundair' gezien.
2. Los van het beleid zelf, zijn de beleidsmedewerkers gericht op maatschappelijke thema's niet verantwoordelijk voor inkoop en ook weinig of niet bezig met vertaling naar inkoop. Dit is een gemiste kans.
3. Interne opdrachtgevers geven de opdracht vanuit eigen belang en budget vorm. Door o.a. ontbreken van beleid, weinig tot geen sturing/bevoegdheid op impactgericht inkopen, het is niet afdeling overstijgend belegd, ook niet altijd binnen specifieke afdeling of functies.
4. Landelijke richtlijnen en voorbeelden (Bijvoorbeeld vanuit ministerie) ontbreken. Iedere gemeente zoekt vormgeven van MVI via impact ondernemers grotendeels zelf uit.

Waarom zijn impact ondernemers nu vaak nog onvoldoende bekend bij (overheids)organisaties?

Bij het verkennen van de markt zijn interne opdrachtgever en inkopers onvoldoende op de hoogte van bestaan en aanbod van impactondernemers. Dit heeft de volgende oorzaken:

- Interne opdrachtgever en inkopers nemen weinig ruimte om met impact ondernemers in gesprek te gaan over innovatieve oplossingen.
- Impact ondernemers ervaren op hun beurt weinig ruimte om in contact te komen met de gemeente over inkoop.
- Gemeentes zijn vooral lokaal georiënteerd terwijl landelijk bij ondernemers meer mogelijk is.
- Beperkte kennis en vertrouwen van inkoper/opdrachtgever in de kwaliteit, schaalgrootte en samenwerking met impact ondernemers. Dus als ze partijen kennen schatten ze niet als kwalitatief in. Dat klopt niet altijd.

Waarom komen impact ondernemers vaak niet op het vizier van (overheids)organisaties (zelfs) na een marktconsultatie?

Instrumentarium (zoals een marktconsultatie) wordt nog te weinig ingezet, om te ontdekken wat de markt van impact ondernemers kan. Als het wordt ingezet is het ook soms erg eenrichting afstemming met de markt. De marktpartijen krijgen na uitvoeren van de consultatie weinig kwalitatieve of geen reactie op de input die ze hebben geleverd

Waarom wordt er in veel gevallen niet gekozen voor een inkoopprocedure waarbij impact ondernemers meer kans maken?

Belemmeringen in kiezen van de procedure is als volgt:

1. Het idee dat impact niet past binnen de procedure (kwaliteit/geld/tijd).
2. Gemeenten zijn in zich zelf altijd wat behoudend. De overheid moet immers herkenbaar en betrouwbaar zijn. Grote veranderingen kunnen leiden tot fouten, extra kosten, oneerlijk behandelen van burgers en ondernemers. Hierdoor ontstaat ook handelingsverlegen/risico mijden: als een procedure mislukt ben je als opdrachtgever/inkoper verantwoordelijk en kunnen ook leidinggevend en bestuurders hierop worden aangesproken. Dit beeld is overheersend in de hoofden van velen.
3. Jurisprudentie over impactgericht inkopen mist, juristen wagen zich er daardoor niet aan.
4. Ruimte (tijd/geld) om te proberen is weinig tot niet aanwezig. Innovatie gaat gepaard gaat met een bepaalde mate van onzekerheid. Of als het 1 keer is geprobeerd wordt het niet nogmaals geprobeerd óf niet of nauwelijks geïntegreerd in bestaande werkwijze.
5. Tenderboard met specialisten gericht op impact worden te laat meegenomen in het inkoopproces waardoor er beperkte ruimte is om de uitvraag aan te passen.

Waarom wordt er bij een voorbehouden procedure vaak alsnog niet gekozen voor een impact ondernemer?

Door tijdsdruk & gemak kiezen inkopers vaak voor het bekende, dus leveranciers die ze kennen. Deze leveranciers zijn veelal reguliere ondernemers, impact wordt dan niet meegenomen.

Waarom zijn er vaak geen selectiecriteria gericht op impact binnen een aanbesteding?

Kennis over het toetsen van een impactonderneming ontbreekt bij inkoop.

Waarom komen maatschappelijke thema's nagenoeg niet voor in het Programma van Eisen van een aanbesteding?

Kennis over oplossen van maatschappelijke thema's wordt niet vertaald naar programma van eisen voor inkoop. Waardoor oude aanpak blijft bestaan.

Ook bestaat een dichtgetimmerd PvE wat waardoor ruimte voor impactgericht aanbod duiden beperkt is.

Waarom werken reguliere ondernemers niet vaker samen met impactondernemers en MVO+ bedrijven?

De gestelde bijzondere uitvoeringseisen bieden vaak weinig ruimte voor samenwerking tussen impactondernemers, MVO+ bedrijven en reguliere ondernemers.

Hoe kan het dat er nog steeds veel aanbestedingen worden gegund op basis van prijs en kwaliteit?

Er is weinig zicht op de return on investment (ROI) op sociale, ecologische en economische waarde. Externe adviseurs die begeleiden in een inkoopproces hebben vaak te veel focus op functionaliteit in plaats van impact.

Waarom wordt de gevraagde impact na het aanbesteden van een opdracht in sommige gevallen toch niet behaald?

In contractmanagement is er weinig aandacht voor impactmonitoring of voor het aanpassen van opdracht om meer richting impact te bewegen.