



Julianna Olofsson, e-Avrop. Foto: Kaj Aalto

”Upphandling har blivit en handelsvara”

Offentliga upphandlingar ska vara allmänt tillgängliga. I praktiken har de blivit inlåsta och det krävs abonnemang för att komma åt informationen. Offentlig sektor, företag som säljer till offentlig sektor och skattebetalarna är alla förlorare på den utvecklingen, skriver Julianna Olofsson, e-Avrop, i ett debattinlägg.

Varje minut av dygnets timmar surrar 2 000 offentliga upphandlingar i luften som bin i en svärm. Hur hittar företagen dem? Det handlar om mångmiljardbelopp och om företagens överlevnad. Det finns anledning att fundera över vad som är en ”allmänt tillgänglig annons”.

Bara en företagare med ousinlig energi och som är vaken dygnet runt kan hitta och läsa igenom alla annonser på internet, uppdrag för uppdrag, för att nosa upp rätt upphandling. Upphandlingar är bara offentliga i teorin, inte i praktiken.

Det är som att leta efter en nål i en offentlig höstack. Företagen

tvingas betala för att få tillgång till stacken. De avlönar guider som hittar uppdrag.

Guidenäringen, en bransch som per definition tjänar mer ju svårare det är för resande att hitta vägen själva. En bransch som kanske motsätter sig att samhället skapar bättre kartor och sökvägar för gemene man.

e-Avrop är systemleverantörer av upphandlingsstöd till offentlig sektor. För vår bransch handlar i dag slaget om kunderna i första hand om annonserna, inte om det system som vi är proffs på att utveckla och optimera. Upphandlingsstödet som programvara har blivit sekundärt därför att försäljningen av annonsinformation är betydligt mer värd än intäkten från upphandlingsstödet. e-Avrop skiljer sig från konkurrenterna då vår bevakningstjänst och support till leverantörer är helt kostnadsfria.

Så här uppstår annonshandeln:

Företagen som säljer upphandlingssystem har en produkt som ska hjälpa myndigheter att upphandla. Ett avancerat system som för varje enskild upphandling skapar en upphandlingsannons. Den annonsen är offentlig men rättigheten till den ägs av det företag vars system upphandlaren använder.

Bevakningsföretagen köper och säljer dessa källannonser av varandra för några hundra kronor styck. Informationen och underlagen säljs sedan vidare till företag som letar efter uppdrag.

Handeln är igång, en handel som är värd en bra bit över 150 miljoner kronor årligen. Att äga annonsernas källa är lönsamt. Det får till följd att priset på avancerade upphandlingssystem sjunker i syfte att komma åt de värdefulla annonserna.

Riskerna med detta är uppenbara: Dels minskar incitamentet att underhålla och vidareutveckla ett potent upphandlingsstöd. Dels minskar incitamentet att gratis och offentligt tillhandahålla annonserna. Och slutligen: Skattebetalarna och de offentliga myndigheterna blir de som indirekt betalar kostnaderna för handeln som en compensation via ökade priser.

I takt med att annonserna värderats högre och högre som handelsvara är det i dag i realiteten tagna som gisslan. De är i

princip offentliga men inlåsta bakom betalkrav.

Aktörerna i upphandlingarnas Sverige är det offentliga, anbudslämnare, skattebetalarna och de företag som säljer programvara för upphandling. De tre förstnämnda – det offentliga, anbudslämnare och skattebetalare – har inga intressen av att offentlig upphandling blir dyrare, svårare och mer otillgänglig. Ingen av dem tjänar på att upphandlingsannonser har blivit en handelsvara.

Den fjärde aktören – programföretagen/annonsförsäljarna – vill att de ska vara så inkomstbringande som möjligt. Vissa av dem är rena skojare med flera konkurser bakom sig. Dessa företag marknadsför ”prova på-konton” med dolda betalningskrav. Andra är seriösa näringsidkare men gör det i princip omöjligt att hitta upphandlingar utan att betala för ett abonnemang. Slutligen finns en grupp annonsföretag som generellt sett tillhandahåller god och ändamålsenlig service till myndigheter, allmänhet och leverantörer. Men hela branschen tummar på det ansvar som det offentliga i uppdraget för med sig. Ansvaret att vara offentlig och allmänt tillgänglig.

Offentlig upphandling slutade att vara offentlig i samma stund upphandlingsannonserna blev en handelsvara i ett icke-transparent handelssystem kring kärnan i offentlig upphandling – möjligheten att rättvist och jämlikt ta del av de uppdrag som svenska företag ska leva av.

Julianna Olofsson
marknadsansvarig, e-Avrop

Källa: Inköpsrådet