



# Löpande Insikt 2019

Huvudrapport - Upphandling

Nöjd-Anbudsgivare-Index (NAI)

Ärenden med tilldelningsbesked jan-dec 2019 (Helår)

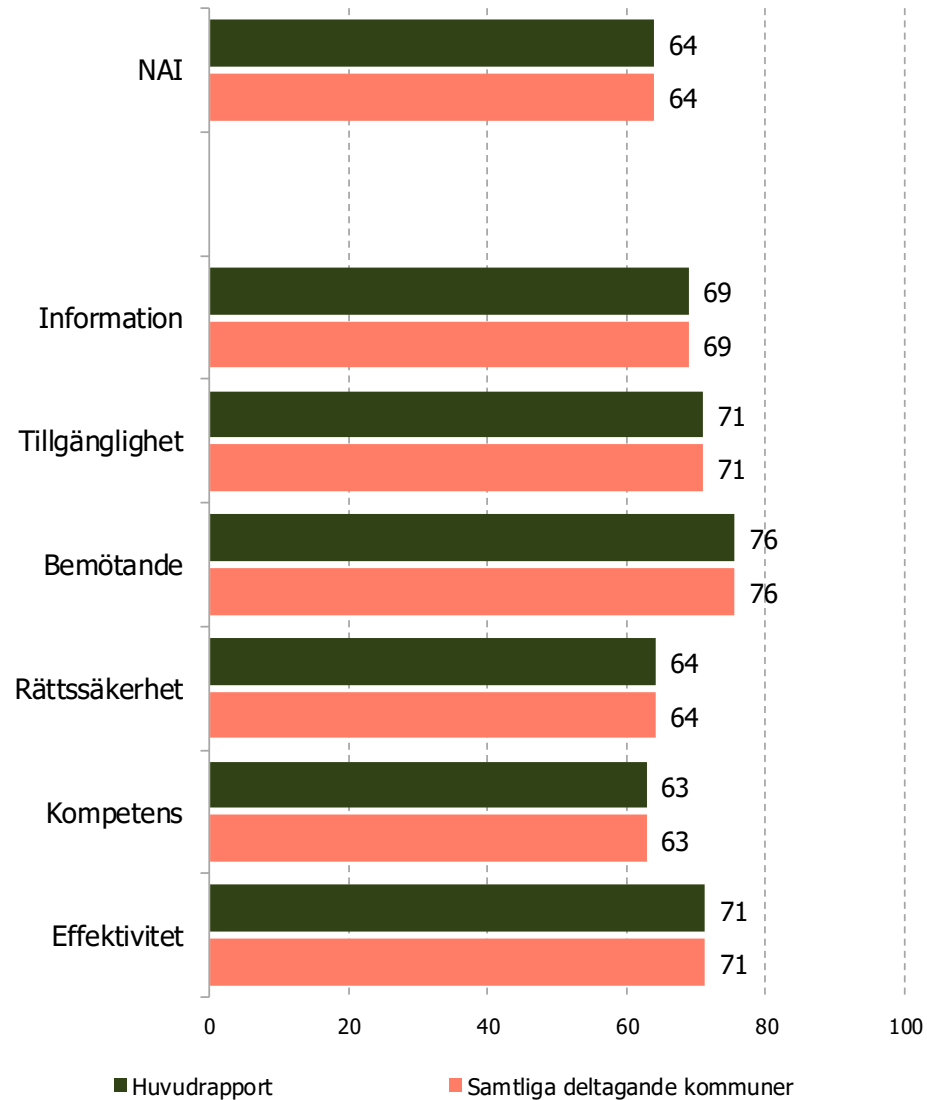
# Innehåll

<b>Resultat</b>	<b>2</b>
<b>Resultat - Bakgrundsfrågor</b>	<b>7</b>
<b>Fakta om undersökningen</b>	<b>16</b>
<b>Modellbeskrivning</b>	<b>20</b>

**Resultat**

A vertical white line is positioned to the right of the word "Resultat", extending from the top of the word down to the bottom of the page.

# NAI samt Index per område



# Attitydfrågor

Hur nöjd var du med...

## Information

- Information om process och tidplan för upphandlingen?
- Innehåll och struktur i förfrågningsunderlaget?
- Information och återkoppling vid tilldelningsbeslutet?
- Totalt sett med informationen?

## Tillgänglighet

- Återkoppling (från beställaren) på ställda frågor (i förfrågningsunderlaget)?
- Användarvänligheten i systemet som användes för upphandlingen?
- Totalt sett med tillgängligheten?

## Bemötande

- Vår attityd mot dig?
- Vårt engagemang i upphandlingen?
- Totalt sett med bemötandet?

## Rättssäkerhet

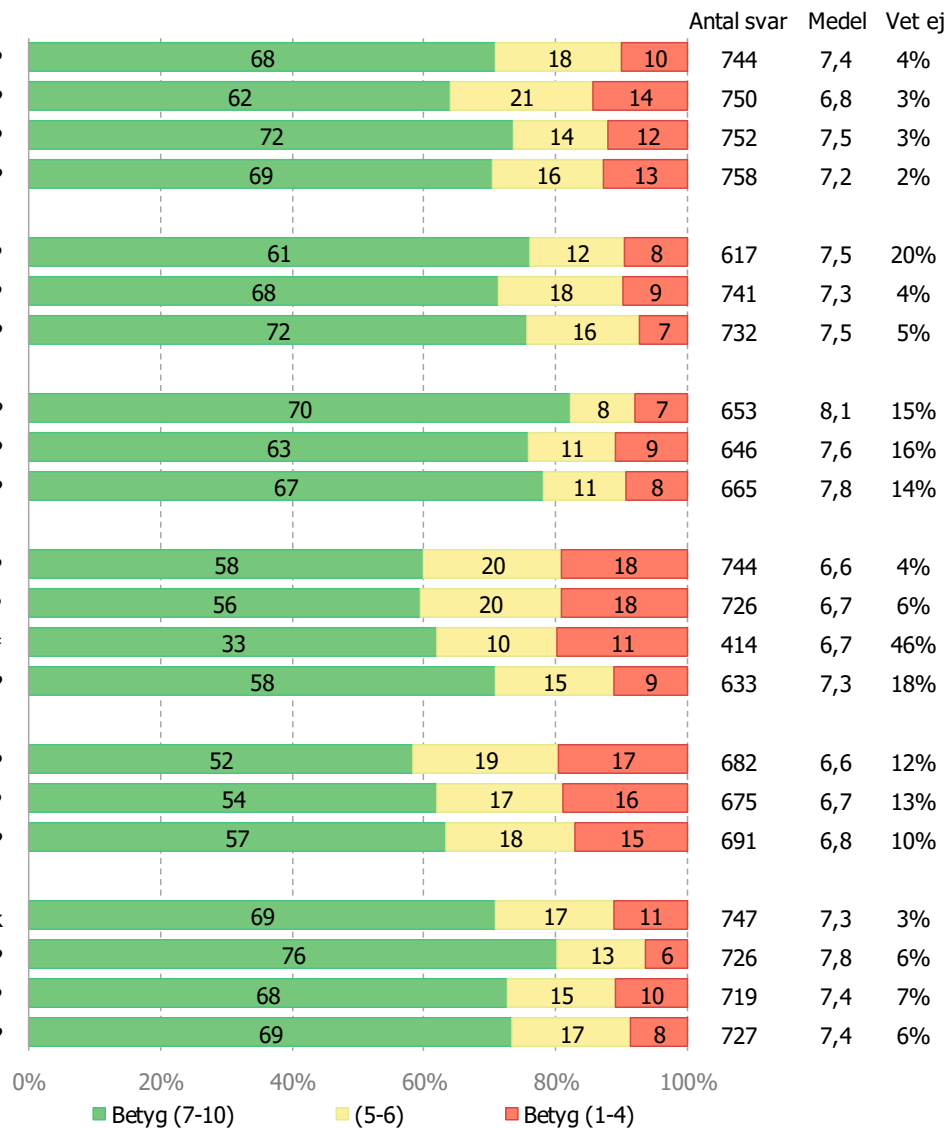
- Kraven i förfrågningsunderlaget (relevanta i förhållande till uppdraget)?
- Utvärderingsmodellen som tillämpades i upphandlingen (var modellen lättfattlig och relevant)?
- Vår förmåga att säkerställa att avtalad kvalitet efterlevs? \*
- Totalt sett med rättssäkerheten?

## Kompetens

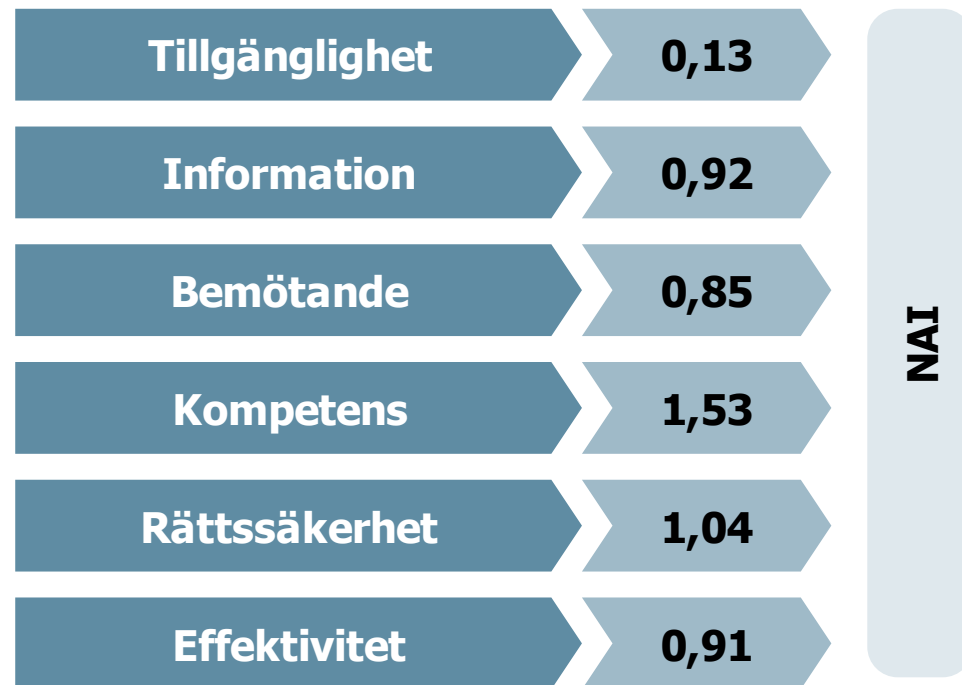
- Vår kunskap inom ämnesområdet/branschen för upphandlingen?
- Vår beställarkompetens (affärsmässighet) – "den goda affären för båda parter"?
- Totalt sett med kompetensen?

## Effektivitet

- Resursinsatsen från ert företag i förhållande till anbudets storlek
- Annonseringstidens längd?
- Tidslängden från sista anbudsdag till att tilldelningsbeslutet delgavs?
- Totalt sett med effektiviteten?



# Effektmått och förklaringsgrad



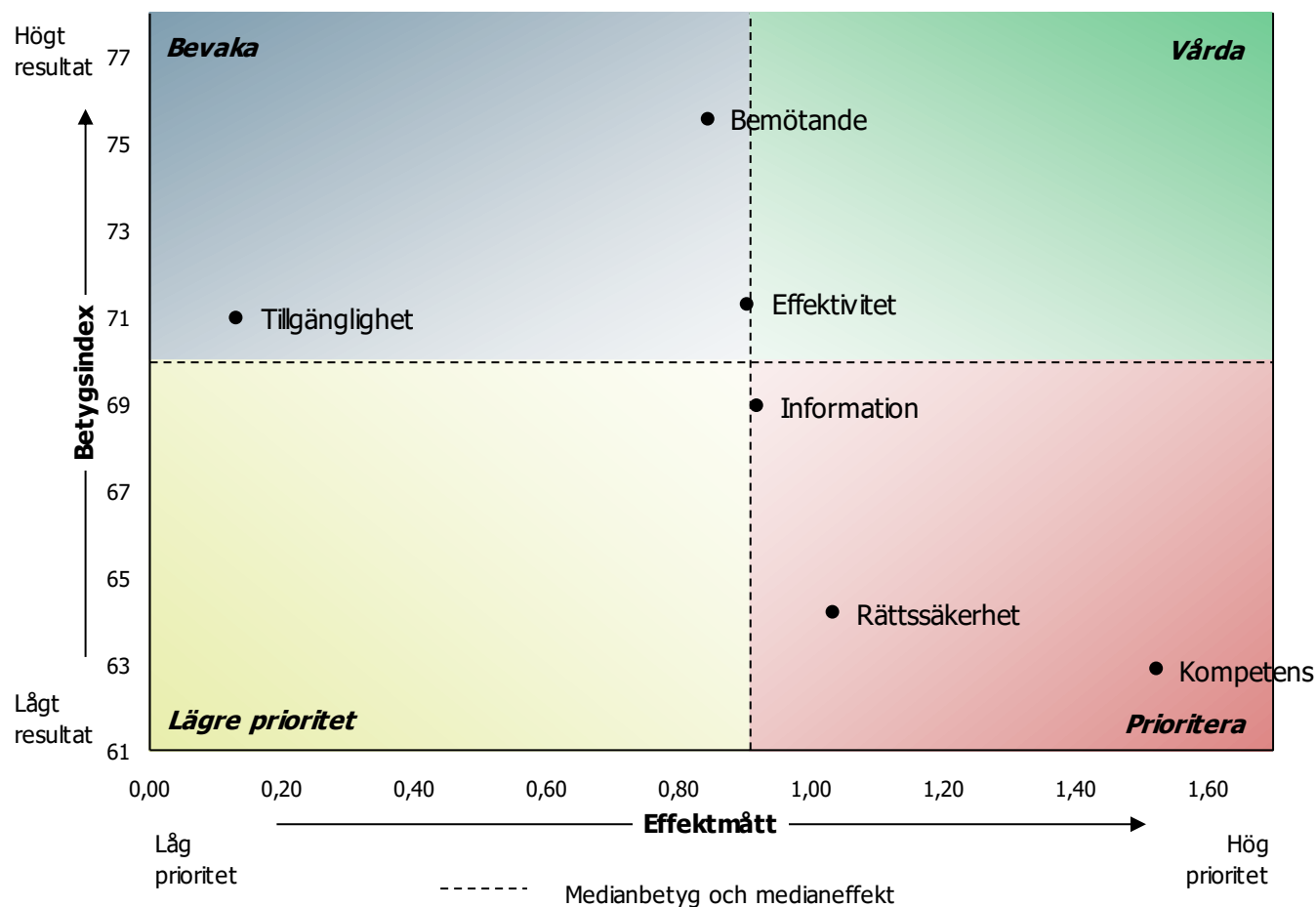
**Förklaringsgrad: 82%**

Effektmåtten visar i vilken utsträckning respektive serviceområde påverkar det totala NAI-värdet. För att effektmått ska beräknas krävs att minst 50 kunder har svarat på serviceområdenas totalfrågor samt de tre NAI-frågorna. Se avsnittet Fakta om undersökningen för en mer detaljerad beskrivning av hur effektmåtten räknas fram.

Låga effektmått uppstår när kundernas betygsättning för ett serviceområde avviker från deras betygsättning av de tre NAI-frågorna (det övergripande NAI-resultatet). Man kan då anta att detta serviceområde är mindre viktigt för kundernas helhetsintryck. Ett effektmått på noll innebär dock inte att serviceområdet är helt oviktigt, utan snarare att något eller några andra serviceområden har tillmätts väldigt stor betydelse för det övergripande NAI-resultatet och att kunderna är tillfreds med nivån som serviceområdet ligger på för tillfället.

R2 är ett mått på i vilken grad frågorna under respektive serviceområde förklarar det övergripande NAI-värdet. R2-värdet för totalen är 0,82, vilket är en hög förklaringsgrad. Ett lägre R2 indikerar att det finns faktorer eller omständigheter som påverkar NAI-värdet som inte har täckts in av enkätens frågor.

# Prioriteringsmatris



I prioriteringsmatrisen delas de sex serviceområdena in i fyra olika kategorier baserade på betygsindex och effektmått enligt följande:

**Vårda** – Serviceområden inom denna kategori upplevs som viktiga, och har också fått ett bra betyg. Detta resultat bör bibehållas och om effektmåttet är högt även förbättras.

**Prioritera** – Serviceområden inom denna kategori är av stor vikt att förbättra. De har hög inverkan på det totala NAI-värdet samtidigt som de ges förhållandevis låga betyg.

**Lägre prioritet** – Serviceområden med låga betyg, men med lägre påverkan på det totala NAI-värdet. Förbättringar kan vara önskvärda, men är inte lika viktiga som serviceområden inom kategorin "Prioritera".

**Bevaka** – Serviceområden inom denna kategori kräver i dagsläget ingen direkt åtgärd, då prestationen är relativt god samtidigt som det finns viktigare områden att prioritera.

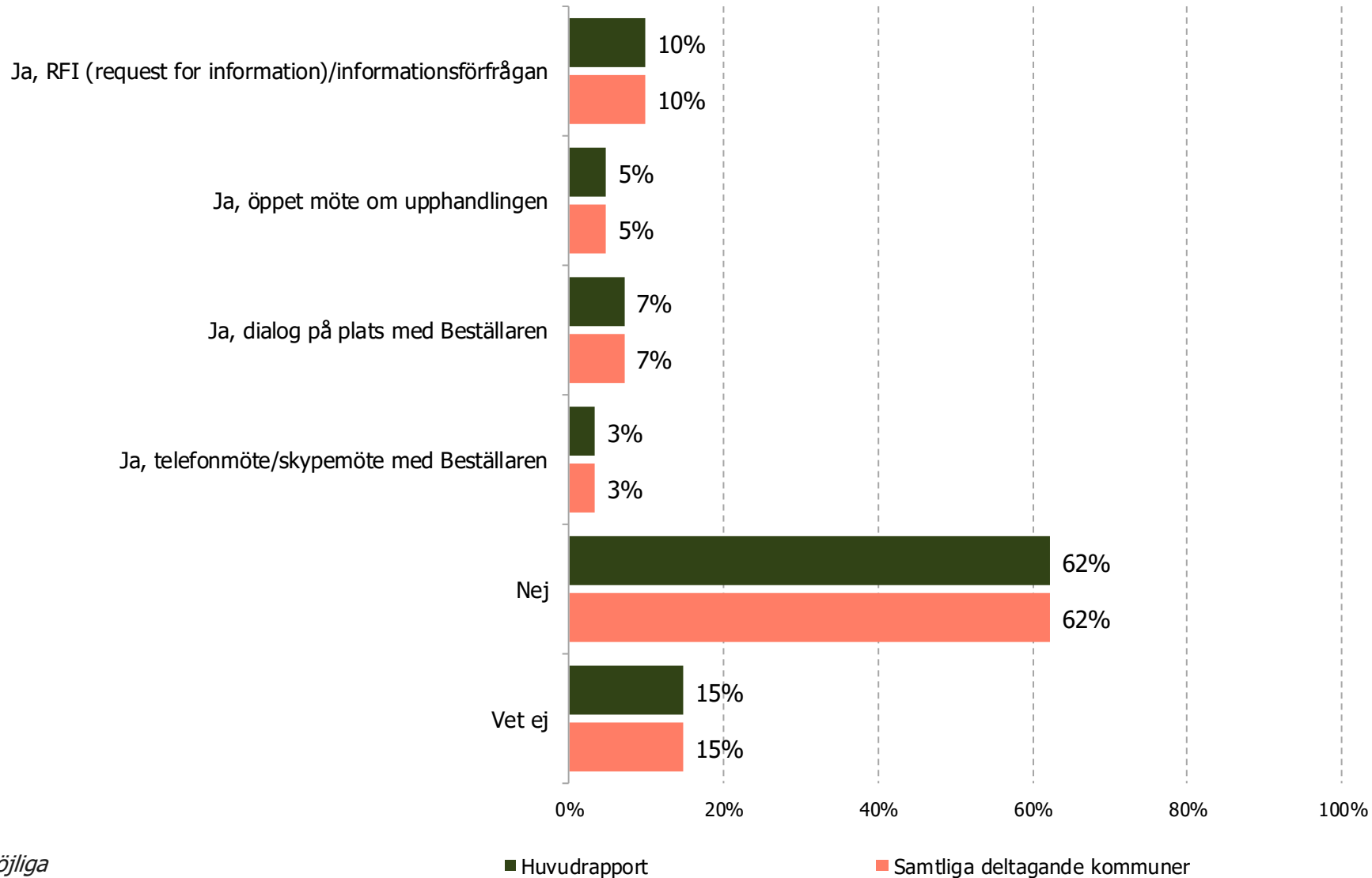
# Resultat

## Bakgrundsfrågor

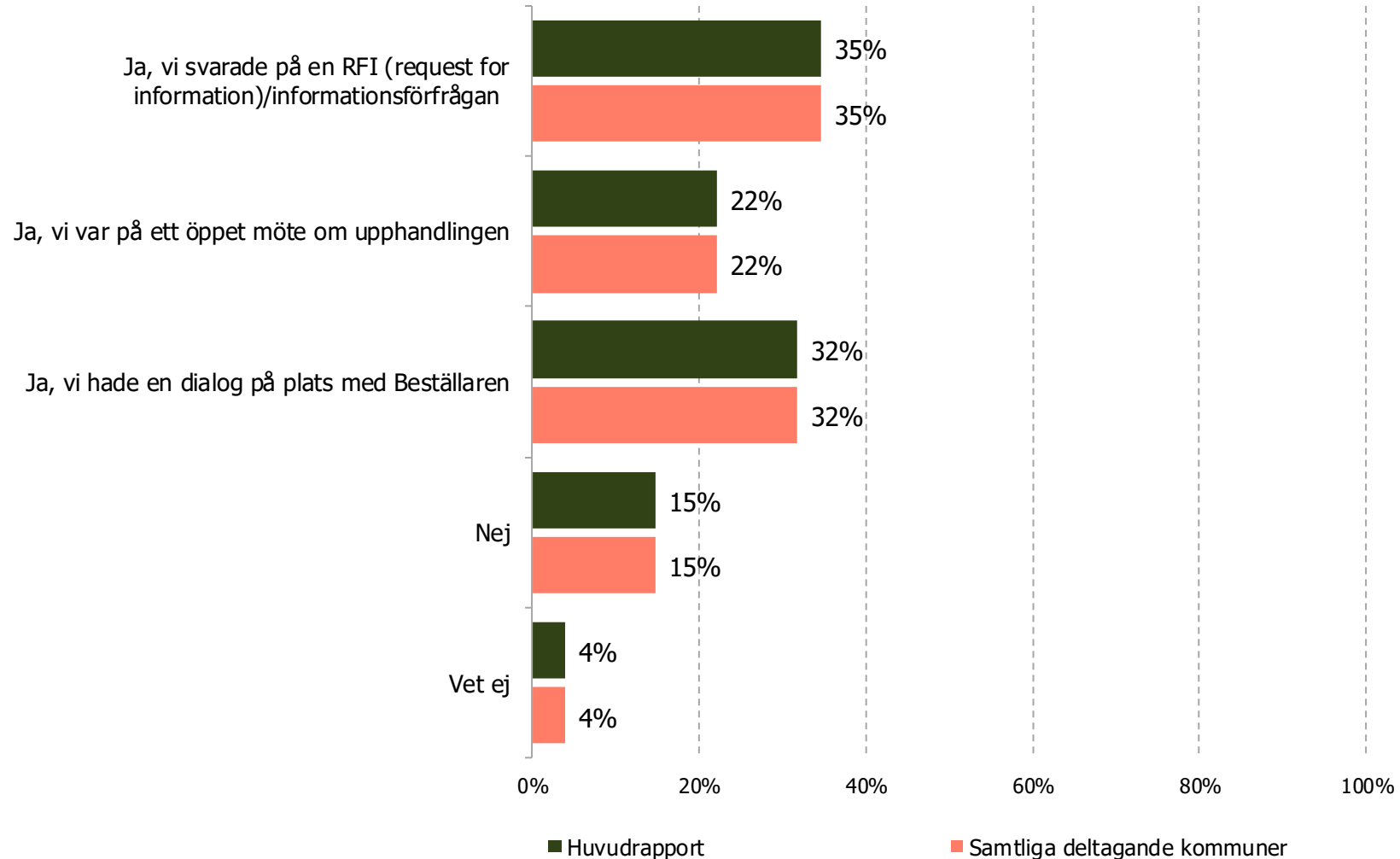
---



# Fick ert företag någon inbjudan till dialog/möte/RFI innan upphandlingen?



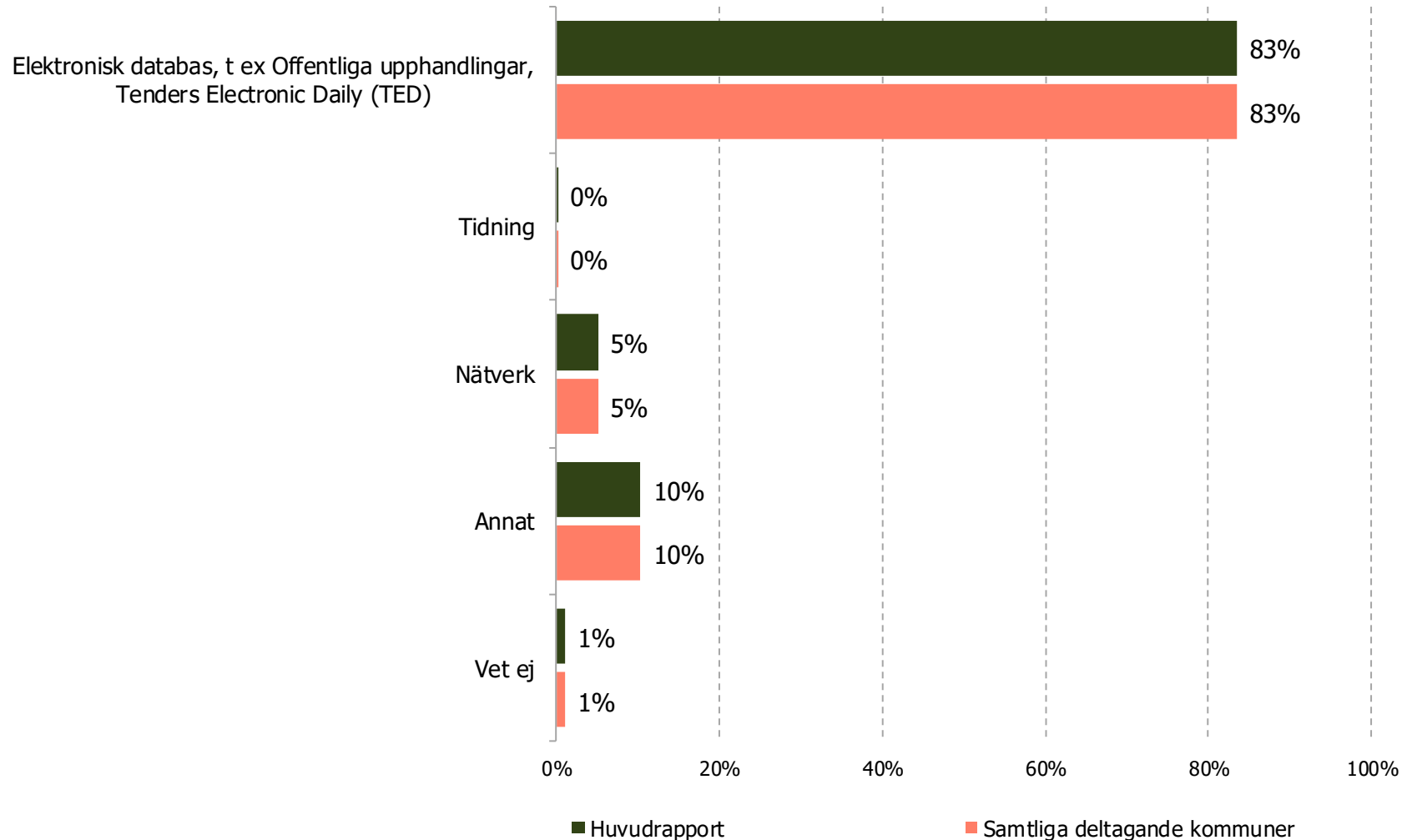
# Deltog ni i dialog/möte/RFI med kommunen innan upphandlingen?



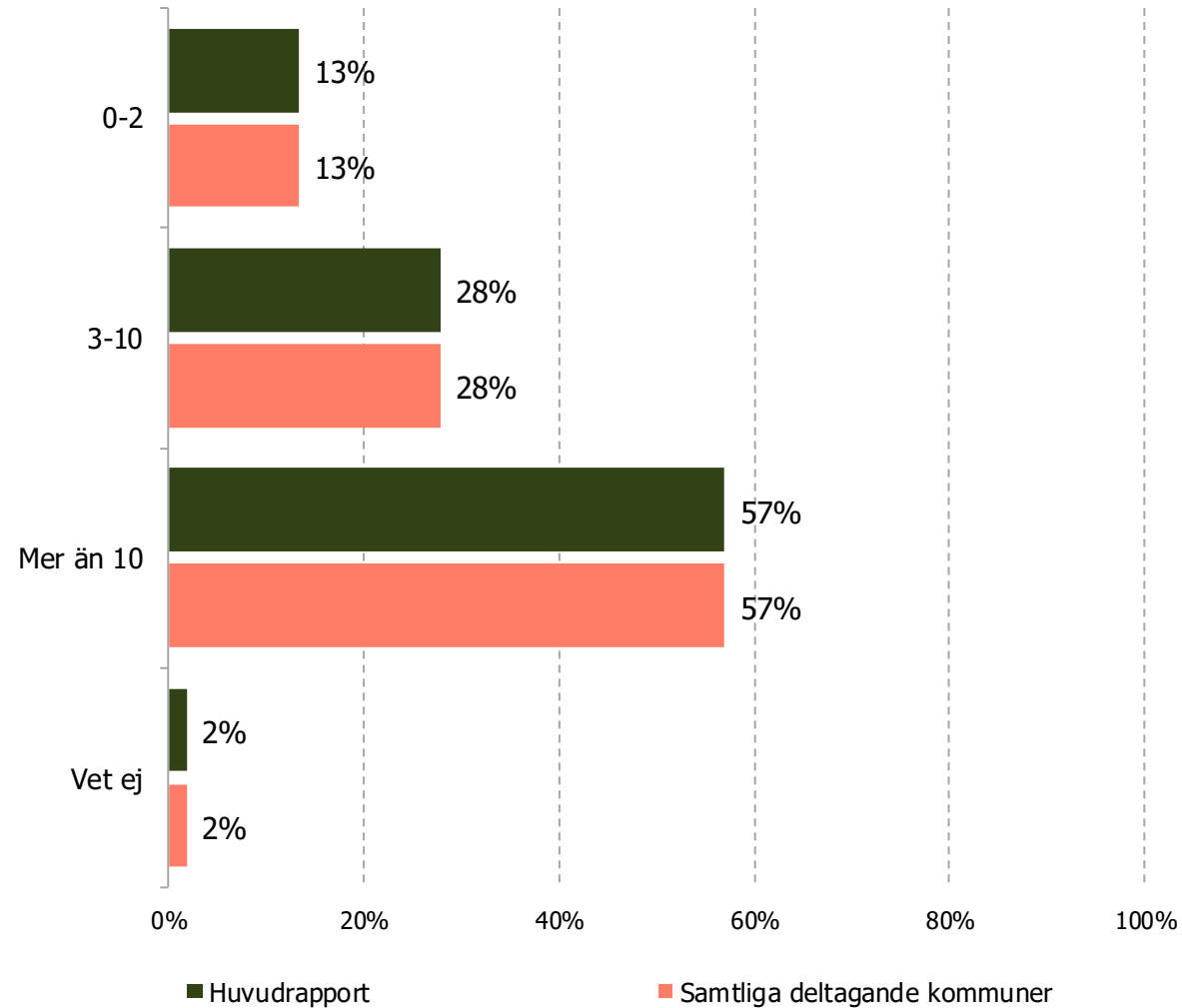
Bas: 176 svar

Flera svar är möjliga

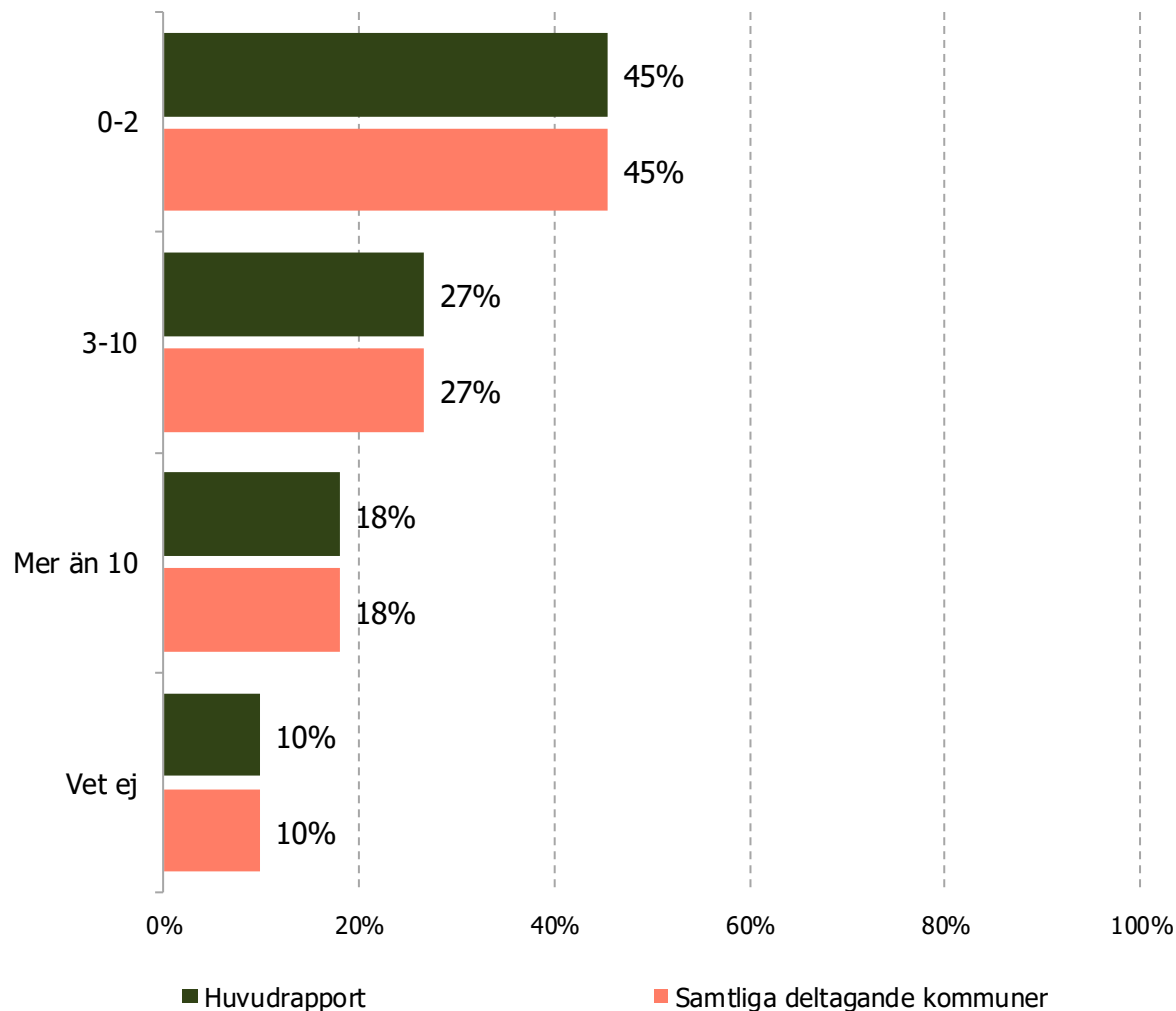
# Hur fick ni information om upphandlingen när den publicerades?



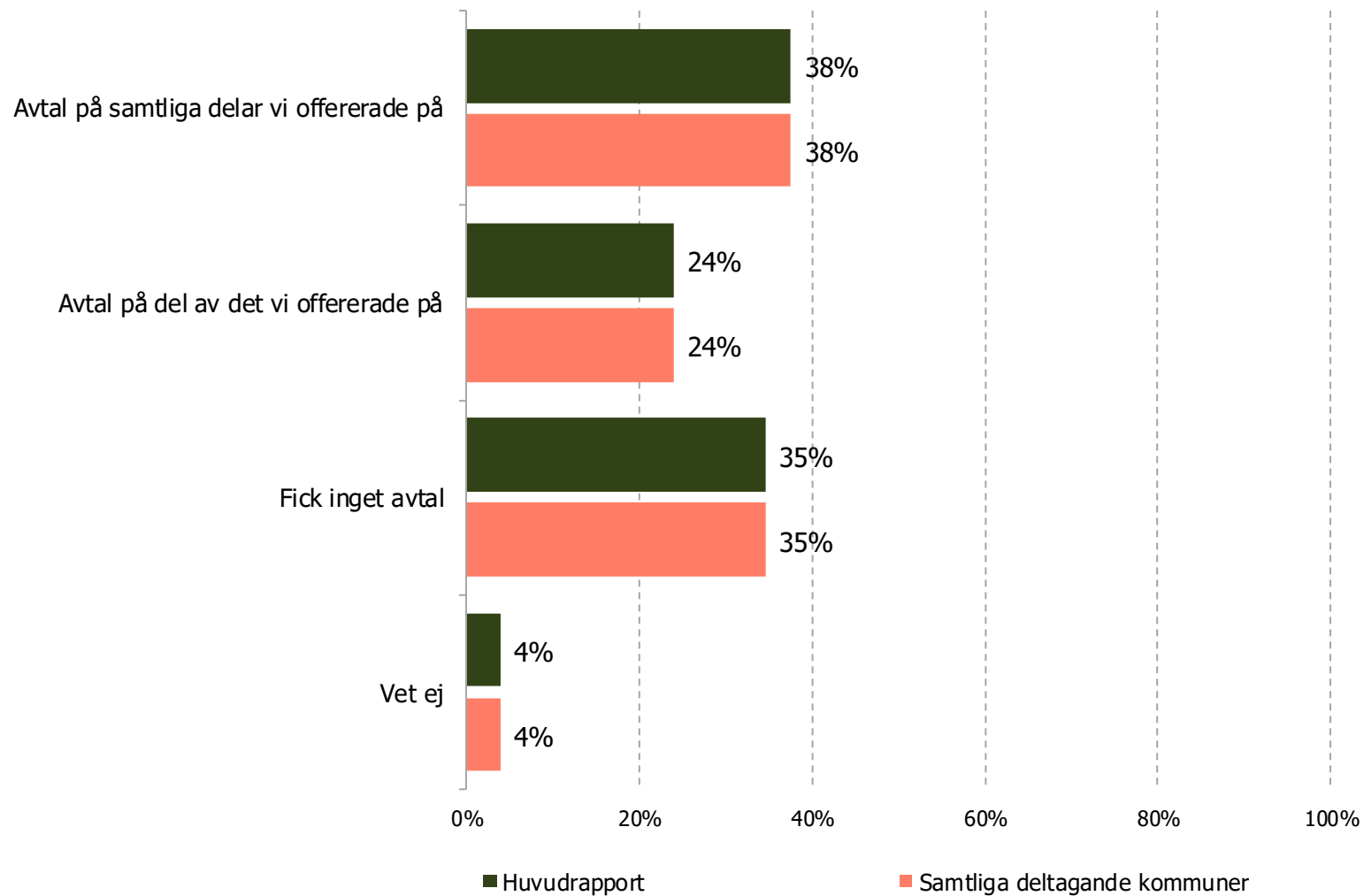
# Hur många upphandlingar uppskattar du att ditt företag deltar i per år?



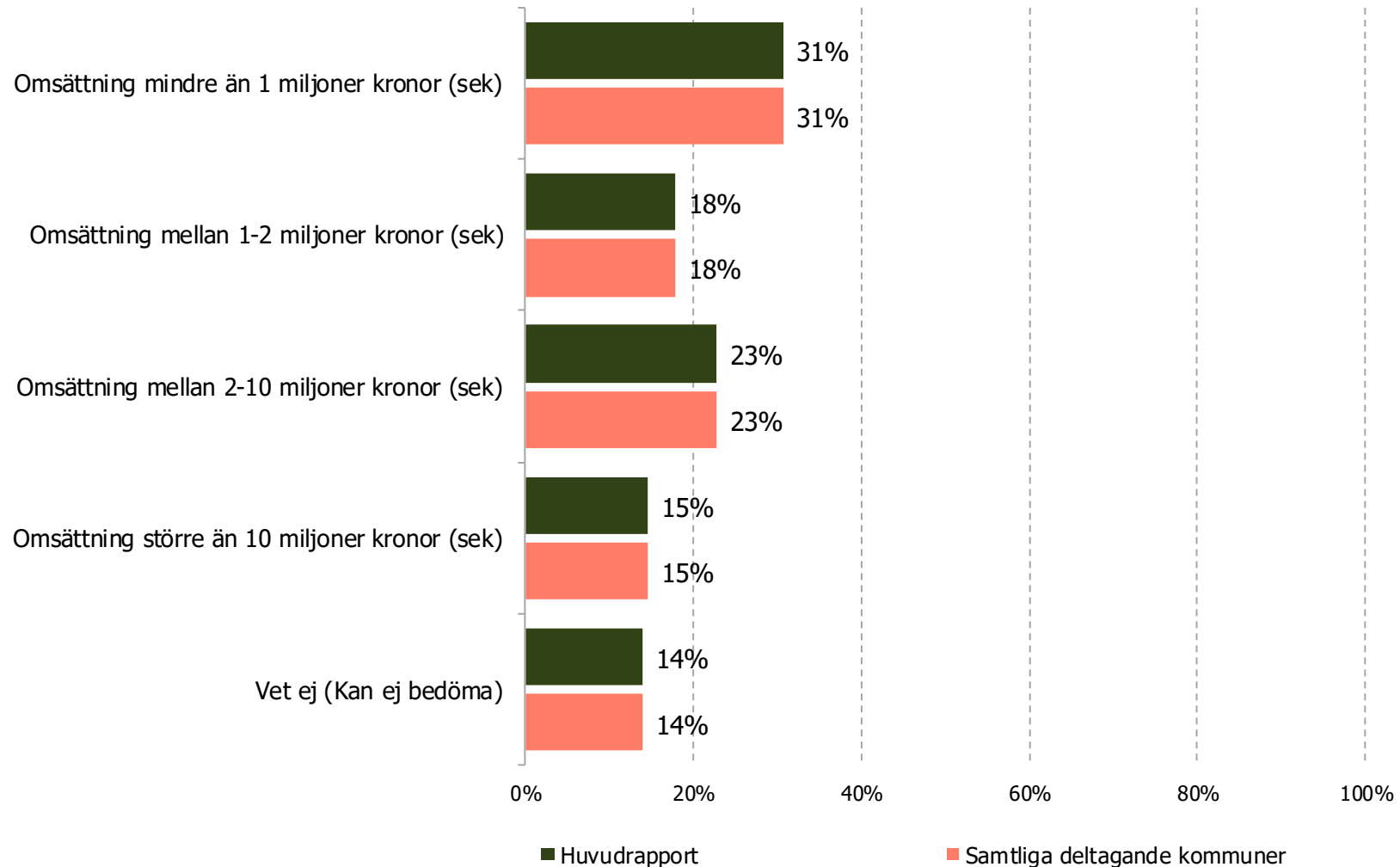
# Hur många upphandlingar hade du velat lämna anbud på de senaste tre (3) åren men inte gjort det pga "krångliga" underlag?



# Hur utföll upphandlingen för ditt företag?



# Hur stor var upphandlingen (bedömd total omsättning under kontraktperioden, inkl. option om förlängning)?



# Jämförelser

	Hur många upphandlingar uppskattar du att ditt företag deltar i per år?			Hur utföll upphandlingen för ditt företag?			Hur stor var upphandlingen (bedömd total omsättning under kontraktperioden, inkl. option om förlängning)?				Huvudrapport Totalt
	0-2	3-10	Mer än 10	Avtal på samtliga delar vi offererade på	Avtal på del av det vi offererade på	Fick inget avtal	Omsättning mindre än 1 miljoner kronor (sek)	Omsättning mellan 1-2 miljoner kronor (sek)	Omsättning mellan 2-10 miljoner kronor (sek)	Omsättning större än 10 miljoner kronor (sek)	
Antal respondenter	103	215	440	290	185	267	237	138	176	113	<b>772</b>
<b>NAI</b>	<b>59</b>	<b>63</b>	<b>66</b>	<b>75</b>	<b>64</b>	<b>51</b>	<b>65</b>	<b>66</b>	<b>62</b>	<b>64</b>	<b>64</b>
Information	61	68	72	77	68	61	70	70	68	68	<b>69</b>
Tillgänglighet	61	69	74	77	70	65	71	71	71	72	<b>71</b>
Bemötande	71	74	78	84	76	64	76	76	75	76	<b>76</b>
Rättssäkerhet	57	63	67	75	64	53	66	64	62	64	<b>64</b>
Kompetens	55	61	66	73	63	51	63	63	62	64	<b>63</b>
Effektivitet	66	71	73	77	70	66	71	74	71	70	<b>71</b>



# Fakta om undersökningen

---

# Fakta om undersökningen

## Bakgrund och syfte

Syftet med undersökningen är övergripande att följa upp hur kommunens service i samband med upphandlingar utvecklas i termer av kundupplevd kvalitet. Undersökningen är ett redskap för kvalitetsutveckling och resultatet ger indikationer på vad kommunen behöver fokusera på för att öka kundnöjdheten.

## Genomförande

Mätningen av upphandling, eller Nöjd-Anbudsgivare-Index (NAI), är en del av undersökningen Löpande Insikt. Origo Group genomförde Löpande Insikt åt 170 kommuner 2019. Av dessa mätte 13 kommuner området upphandling som en pilotstudie 2019.

- Läs mer om Origo Group på [www.origogroup.com](http://www.origogroup.com)
- Portal för Insikt: <https://urvalinsikt.origogroup.com>

## Målgrupper

Målgruppen för undersökningen 2019 är anbudsgivare som lämnat anbud i en upphandling som har annonseras enligt lag.

# Fakta om undersökningen

## Enkät

Enkäten byggs upp av frågor om olika serviceområden (övergripande faktorer) som sammanfattar anbudsgivarnas upplevelse av kommunens service i:

- Tillgänglighet
- Information
- Bemötande
- Kompetens
- Rättssäkerhet
- Effektivitet

## Metod

Urvalet för undersökningen har i sin helhet tillhandahållits av respektive kommun och utgörs av anbudsgivare som deltagit i utannonserade upphandlingar från kommunen under 2019.

## Deltagande kommuner 2019

De 13 kommuner som deltog 2019 och som utgör "samtliga deltagande kommuner" i diagrammen är:

Gävle kommun  
Halmstads kommun  
Landskrona kommun  
Nacka kommun  
Sandvikens kommun  
Strängnäs kommun  
Sölvesborgs kommun  
Tanums kommun  
Tierps kommun  
Täby kommun  
Upplands Väsby kommun  
Uppsala kommun  
Västerås kommun

# Antal ärenden samt svarsfrekvens

Huvudrapport, antal ärenden med tilldelningsbesked under jan-dec 2019

Antal bruttoärenden: 1705 st.

Antal nettoärenden: 1445 st.

Antal svar: 772 st.

Svarsfrekvens: 53%

# Modellbeskrivning



# Modellbeskrivning

## Redovisning av frågor

Frågorna har betygssatts med skalan 1 till 10, där 10 är det högsta betyget. I rapporten grupperas andelen anbudsgivare som svarat 8–10 i en grupp (högt betyg), 5–7 i en grupp (medelbetyg) samt de som svarat 1–4 i en grupp (lågt betyg).

I diagrammen motsvarar de gröna fälten de kunder som har markerat 8-10 på skalan (högt betyg), gula fält är andelen kunder som har markerat 5–7 (mellanbetyg) och röda fält är de kunder som har markerat 1–4 (lågt betyg).

I diagrammet över samtliga 1-10 frågor för de sex serviceområdena visas även medelvärdet för frågeställningen samt andelen som svarat "Vet ej" på frågan. Andelar och medelvärden är beräknade endast för dem som har tagit ställning i frågan medan andelen "Vet ej" beräknas utifrån samtliga svar.

## Nöjd-Anbudsgivare-Index (NAI)

NAI är ett sammanfattande mått på hur nöjda anbudsgivarna är totalt sett. Det är uppbyggt av tre frågor från enkäten:

- Hur nöjd var du med hanteringen av upphandlingen i sin helhet?
- Hur väl uppfylldes dina förväntningar kring hanteringen av upphandlingen?
- Tänk dig en perfekt hantering av upphandlingen. Hur nära ett sådant ideal kom hanteringen av upphandlingen?

NAI är således ett mått på den totala nöjdheten i upphandlingarna. Det är ett index som är lämpligt att använda för att göra jämförelser över tid. I analysmodellen är NAI en nödvändig variabel som hela modellen kretsar kring. NAI redovisas på en skala från 0 till 100, där 100 är högsta betyg.

# Modellbeskrivning

## Kvalitetsfaktorer (serviceområden)

Förutom NAI skapas sammanfattande mått för enkätens olika delområden, så kallade kvalitetsfaktorer. Kvalitetsfaktorerna i denna undersökning är de sex serviceområdena. Dessa mäter hur nöjda anbudsgivarna är med olika aspekter av kommunens service i upphandlingen. Serviceområdenas betygsindex baseras på respondenternas bedömning av samtliga frågor i respektive delområde (serviceområde).

## Effektmått

Effektmåttet visar hur stor effekt en förändring av serviceområdenas indexvärden har på den totala nöjdheten hos anbudsgivarna. Det är alltså ett mått på sambandet mellan NAI och var och en av de ingående serviceområdena. Effektmåtten tolkas på så sätt att om resultatet för ett serviceområde ökar med X enheter så förväntas anbudsgivarnas totala nöjdhet öka med Y enheter, förutsatt att ingenting annat ändras. I denna rapport är effektmåtten multiplicerade med fem. Det innebär att om ett serviceområde får ett fem enheter högre index så förväntas NAI öka med effektmåttets storlek.

## Prioriteringsmatris

I prioriteringsmatrisen visas vilka serviceområden man vid ett förbättringsarbete får bäst utväxling av att prioritera i nuläget. På prioriteringsmatrisens axlar visas dels prestation, dvs. kommunens betygsindexresultat för varje serviceområde, och dels effekten på den totala nöjdheten (effektmåttet). Effekten anger hur hög påverkan serviceområdena har på NAI. Linjerna i prioriteringsmatrisen placeras på medianerna för betygsindexresultat och effektmått. Man bör alltid prioritera att förbättra de faktorer som har relativt låga betyg och samtidigt har relativt höga effektmått.

## Framtagande av index och effektmått

Kvalitetsfaktorerna beräknas genom att skala om de viktade medelbetygen (1-10) på helhetsfrågorna för varje serviceområde till ett index med skalan 0 till 100. Basen för kvalitetsfaktorerna är de respondenter som svarat 1-10 på respektive helhetsfråga. Formeln som används för beräkningen är  $(MV-1)*100/9$  där MV är det viktade medelvärdet för frågan.

# Modellbeskrivning

## Framtagande av index och effektmått (forts.)

NAI tas fram genom att först beräkna ett aggregerat index på de tre avslutande frågorna på motsvarande sett som kvalitetsfaktorerna beräknas. NAI sätts sedan till medelvärdet av de tre indexen.

Den statistiska metod som används för att skapa effektmåttet är en så kallad viktad multivariat regressionsanalys.

För att kunna skapa väl underbyggda effektmått för varje kommun behövs ett tillräckligt stort statistiskt underlag. Gränsen för att generera modeller för respektive kommun är därför satt till 50 enkätsvar. Även om en kommun erhållit 50 svar är det inte säkert att det varit möjligt att ta fram effektmått då det kan ha förekommit ett så kallat internt/partiellt bortfall (dvs. alla respondenter har inte besvarat samtliga frågor), vilket kan göra att antalet svar som kan användas för att bygga upp modellen i realiteten blir färre än 50. För att ingå i regressionsbasen krävs det att man besvarat samtliga frågor som ingår i modellen. Effektmått tas inte heller fram om förklaringsgraden blir för låg ( $R^2$  mindre än 0,7).

Analysmodellen består av olika nivåer som varje gång innehåller ett antal oberoende variabler  $X$  som antas påverka en beroende variabel  $Y$ . På högsta nivån är den beroende variabeln NAI, och de oberoende variablerna de faktiska totalbetygen för de olika serviceområdena. NAI är här en latent variabel skapad av tre övergripande totalbetygsfrågor (helhetsbetyg, uppfyller förväntningar, hur nära ideal förvaltning). Regressionsmodellen ger således varje fråga en vikt som anger dess påverkan på NAI. Vikterna tas fram med hjälp av minsta kvadratmetoden.