

Asiantuntijapalveluiden Kuumat linjat: Markkinavuoropuhelu



14.1.2026

Markkinavuoropuhelun tavoitteet

Tavoitteita

- Saada tietoa markkinoiden tarjonnasta, tarjolla olevista ratkaisuksista ja toimijoista
- Varmistaa, että määrittelyissä on otettu huomioon toimialan palaute → haasteet tunnistettu → kaikkien osapuolten tarpeita mahdollisimman hyvin palveleva hankinta
- Välttyä epätarkoituksenmukaisten tai tarjouksia *tarpeettomasti* karsivien vaatimusten tai vertailuperusteiden asettamiselta
 - Myös tarjouksen antamiseen liittyvät vaatimukset
 - Riittävä tarjousten määrä osaltaan takaa kilpailua
- Varmistaa että tarjouspyyntö on selkeä ja saadaan hyviä, tarjouspyyntöä vastaavia, vertailukelpoisia tarjouksia
 - Epäselvyydet pois
 - Tarjouspyynnön selkeys ja ymmärrettävyys voivat viilautua, jolloin saadut tarjouksetkin ovat laadukkaampia ja virheettömämpiä.

Tavoitteita (jatkuu)

- Voi auttaa välttämään tarvetta korjata hankintaa julkaisun jälkeen
 - Tiedottaa tulevasta hankinnasta
 - ”Markkinoida” tulevaa hankintaa
 - Esitellä markkinoille hankintaa koskevia tavoitteita ja saada niihin palautetta
 - Varhainen viestintä antaa yrityksille (potentiaalisille tarjoajille) aikaa
 - kehittää tarjomaansa hankintayksikön tarpeita vastaavaksi
 - valmistautua tarjouskilpailuun (resurssit)
 - Joskus myös: selvittää, ovatko hankinnan alustava suunnitelma toteutuskelpoinen
 - esim. totutusta poikkeava hankintamenettely, uudenlaiset valintakriteerit, muuttuneet sopimusehdot
- Onko hankintapäätös häviäjällekin hyväksyttävämpi jos markkinavuoropuhelussa on päässyt ottamaan kantaa määrittelyihin?

Yleistä

Markkinakartoitus hankintalaissa

- Hankintalaki 65 §
- *Markkinakartoitus*
- *Ennen hankintamenettelyn aloittamista hankintayksikkö voi tehdä markkinakartoituksen hankinnan valmistelua varten ja antaa tietoa toimittajille tulevaa hankintaa koskevista suunnitelmistaan ja vaatimuksistaan.*
- *Markkinakartoituksessa hankintayksikkö voi käyttää riippumattomia asiantuntijoita, muita viranomaisia tai toimittajia. Näiden tahojen neuvoja voidaan käyttää apuna hankintamenettelyn suunnittelussa ja toteuttamisessa, mutta neuvojen käyttäminen ei kuitenkaan saa johtaa kilpailun vääristymiseen eikä 3 §:ssä tarkoitettujen syrjimättömyyden ja avoimuuden periaatteiden vastaiseen menettelyyn.*

Markkinakartoitusta koskevat ehdotukset hankintalakiuudistuksessa (luonnosvaiheessa)

- Tarkennus hankintayksikön käytössä olevista toimenpiteistä
 - Markkinakartoituksessa hankintayksikkö voi kuulla alalla toimivia yrityksiä tai riippumattomia asiantuntijoita taikka muita toimijoita tai käyttää erilaisia arviointityökaluja
 - Markkinakartoituksen toteutustapaa ei kuitenkaan säänneltäisi
- Kannustusta markkinakartoituksen nykyistä laajempaan käyttöön
 - Yli 10 milj. euron hankinnoista pitää tehdä markkinakartoitus tai arvioida hankinnan eri toteutusvaihtoehtoja osana hankinnan suunnittelua
 - Jos hankinnasta on tehty markkinavuoropuhelu, hankintayksikkö voi
 - jättää hankinnan jakamatta osiin
 - poiketa uudesta velvoitteesta uusia tarjouskilpailu, jos on saatu vain yksi tarjous

Käsitteitä

- Markkinakartoitus: kaikkea sitä markkinoilla olevan tiedon selvittämistä hankinnan suunnittelemiseksi ja valmistelemiseksi
- Markkinavuoropuhelu (tekninen vuoropuhelu): markkinoiden kartoittamiseksi järjestettävät tapaamiset ja kommentointikierrokset potentiaalisten tarjoajien kanssa
- Markkinakartoitusilmoitus: Hilma-verkkopalvelussa julkaistava ilmoitus, jolla käynnistetään markkinavuoropuhelu yritysten kanssa kansallisissa ja EU-kynnysarvon ylittävissä hankinnoissa
- Ennakkoilmoitus: Hilma-verkkopalvelussa julkaistava ilmoitus suunnitella olevasta hankinnasta.
- Tietopyyntö: pääsääntöisesti markkinakartoitusilmoituksen yhteydessä lähetettävä vapaamuotoinen kirjallinen kysely, jossa hankintayksikkö pyytää kirjallisesti lisätietoja potentiaalisilta tarjoajilta

Ennen kilpailutusprojektia...

- Jo sopimusvaiheessa on hyvä pysyä kartalla toimialan kehityksestä ja tehdä yleisempää markkinakartoitusta, ennen kilpailutuksen valmistelun aloittamista (Hanselilla: ”esiselvitys”)
 - Markkinan koko, toimijat, ansaintalogiikka ja julkisen sektorin volyymin merkitys
 - Toimialan kehitysnäkymät
 - Vastuullisuusasiat
 - Tietosuoja, tietoturva, varautuminen
- Toimialaseuranta, toimittajapalaute
- Sopimustoimittajien ja potentiaalisten tarjoajien tapaamiset
- Varsinainen markkinavuoropuhelu / tekninen vuoropuhelu kun kilpailutusta aletaan valmistella
- Mitä lähemmäs julkaisua tullaan, sitä huolellisemmin tulee kohdella kaikkia potentiaalisia toimittajia tasapuolisesti ja syrjimättömästi: esim. sopimusseurantapalaverien ajoitus

Markkinavuoropuhelu

- Vapaaehtoinen hankinnan valmisteluun liittyvä vaihe
- Markkinavuoropuheluun osallistuminen on yrityksille vapaaehtoista
- Osallistuminen/osallistumatta jättäminen tai annetut vastaukset eivät vaikuta tarjousten käsittelyyn
- Sisältöä tai muotoa ei ole hankintalaissa tarkasti saneltu
- Kaikki yritykset saavat samat tiedot valmisteilla olevasta hankinnasta ja samat kommentointimahdollisuudet. Hankintayksikön toiminnan tulee olla avointa ja läpinäkyvää
- Jos on julkaistu markkinakartoitusilmoitus, markkinavuoropuhelua käydään kaikkien kiinnostuksensa osoittaneiden tahojen kanssa
- Hanselin yhteishankintaa käytettäessä markkinavuoropuhelukutsu kannattaa lähettää kaikille DPS:ssä/puitejärjestelyssä mukana oleville toimittajille sähköpostitse.
- Kommentit käsitellään luottamuksellisesti, huolellisesti ja tasapuolisesti: tarjoajien liikesalaisuuksia ei tule koskaan vaarantaa.

Miten?

Tietopyyntö

- Voidaan selvittää mm.
 - Yritysten halukkuutta osallistua
 - Yritysten kykyä täyttää hankintaa koskevat vaatimukset
 - Erilaisia toteutustapoja, ratkaisumalleja, innovatiivisia vaihtoehtoja
 - Hinnoittelumalleja
- Yrityksen ei tarvitse tehdä tarjousta, vaan vastaus
- Tiedot on kysyttävä uudestaan varsinaisessa tarjouspyynnössä
- Tietopyyntöön annettuun vastaukseen ei voi vedota tarjousten vertailussa
- Ei makseta korvausta tietopyynnön vastaajille

Toimittajainfo

- Tarkoituksenmukaista tyypillisesti merkittävässä hankinnoissa
- Etä/hybridi/kasvokkain
- Esim. tilanteessa, jossa markkinoille on tullut paljon uusia toimittajia tai jos hankinta toteutetaan eri tavalla kuin aiemmin on vakiintuneesti toimittu
- Infotilaisuuden esitysmateriaali ja/tai tallenne saataville ”myöhäisille”
- Infon pituus
- Kuvataan alustavaa hankinnan kohdetta, tavoitteita, hankinnan aikataulua yms
- Q&A-osuus?
- Tallennus?

Toimittajainfo

- Tavoitteet:
 - Tiedottaa tulevasta hankinnasta
 - Avata vuoropuhelu
 - Helpottaa tarjoamista
 - ”Markkinoida” tulevaa hankintaa
 - Houkutella toimittajia osallistumaan markkinavuoropuheluun aktiivisesti!
- Haasteet: vuorovaikutuksellisuus verrattuna tapaamisiin (taustojen ymmärtäminen, lähestyttävyyys), muodollisuus → onko aidosti vuoropuhelua?
- Plussat: tehokkuus, tasapuolisuus
- Ei korvaa kirjallista kommentointikierrosta

Toimittajien tapaamiset

- Mahdollisuus kaikille (Alustava kohteen kuvaus jo kutsussa, jotta juuri oikeasti potentiaaliset tarjoajat saadaan mukaan)
- Yhdessä vai yksittäin?
- Live, etä, hybridi?
- Aiheet
- Agenda, muistiot
- Luottamuksellisuus, tasapuolisuus
- Tietoa tasapuolisesti kaikille
- **Yksittäistä yritystä ei suositeta tilaisuudessa esimerkiksi vastaamalla tarjoajan yksityiskohtaisiin kysymyksiin**
- **Yksittäinen yritys ei pääse liikaa määrittämään tarjouspyynnön sisältöä**



Kirjallinen kommentointi

- Markkinavuoropuhelun kirjallinen kommentointikierros (/ -kierrokset) kanttaa tehdä käytännössä **aina**
- Suoria kysymyksiä tietyistä keskeisistä asioista ja/tai mahdollisuus kommentoida luonnosvaiheessa olevia materiaaleja
 - Luonnos sopimusehdoista hyvä olla mukana!
- Sähköposti/kyselylomake
- Markkinavuoropuhelun kommenttien käsittely ja materiaalien päivitys tarpeen mukaan
- Toimittajalle on hyvä tuoda esiin se, että heidän kommenttinsa on vastaanotettu ja käsitelty
- Materiaalin luottamuksellisuus
- Etenkin jos paketti on ”tuhti”: riittävästi aikaa kommentointiin, aikataulutus
- Minikilpailutuksessa: kaikkien toimittajien yhteystiedot suoraan Hansel.fi-verkkopalvelusta

Pohdittavaa

Huomioitavia asioita

- Avoimuus, syrjimättömyys ja tasapuolisuus
- Markkinavuoropuhelu käydään *ennen* tarjouspyynnön julkaisua: mitä lähemmäs kilpailutusta tullaan, sitä huolellisemmin tulee kohdella kaikkia potentiaalisia toimittajia tasapuolisesti ja syrjimättömästi
- Kaikki toimittajat saavat samat tiedot valmisteilla olevasta hankinnasta ja samat hankinta-asiakirjojen kommentointimahdollisuudet. Hankintayksikön toiminnan tulee olla avointa ja läpinäkyvää
- Markkinavuoropuhelua käydään kaikkien DPS:ssä tai ko. luokassa mukana olevien toimittajien kanssa
 - Hanselin DPS: Saat toimittajien yhteystiedot Cloudiasta yhteishankinnan Dokumentit-välilehdeltä tai Hansel.fi-verkkopalvelusta Toimittajat-välilehdeltä
- Kommentit käsitellään luottamuksellisesti, huolellisesti ja tasapuolisesti: tarjoajien liikesalaisuuksia ei tule koskaan vaarantaa.
- Vältetään loma-aikoja 😊