

Upphandling av Ortopedteknik

Erfarenheter från branschen

Upphandling av Ortopedteknik

Erfarenheter från branschen

- Hur och varför ser marknaden ut som den gör?
- Vilka typer av upphandlingar leder det till?
- Bra och mindre bra exempel
- Hur borde upphandlingarna se ut och fungera?
- Avslut med dialog

Vilken marknad är mest lik den ortopedtekniska?

Perfekt konkurrens

- ✓ Många säljare / många köpare
- ✓ Låg differentiering
- ✓ Kunden går till konkurrenten om priset höjs

Monopolistisk konkurrens

- ✓ Många säljare / många köpare
- ✓ Hög grad av differentiering och/eller positionering
- ✓ Kunderna väljer mellan en mängd produkter med urskiljbar identitet

Oligopol

- ✓ Fåtal säljare
- ✓ Högst behov av att särskilja sig vid fler aktörer
- ✓ Ofta lågt behov av differentiering vid få aktörer
- ✓ “Naturliga oligopol” – på marknader med starka etableringshinder

Oligopol

= svårt att upphandla

När de fysiska produkterna & lösningarna är lika = priset blir alenarådande!



- ✓ Det ställs inga krav på rutiner / processer som positionerar företagen som unika
- ✓ Företagen har svårt att beskriva egna "koncept" – värdet blir irrelevant



Värdet vi skapar får ingen eller lite plats i upphandlingarna:

- Patientnöjdhet
- Leveranstider
- Utveckling av behandlingsmetoder

Upphandling av Ortopedteknik

Vilka exempel finns?

- **Upphandling med ett tak**
 - En fast summa som innefattar allt oavsett volym
 - Värmlandsupphandlingen
- **Totalentreprenadsupphandlingar med en fast prislista**
 - Utan några kvalitetsparametrar
 - Gävleupphandling
- **Totalentreprenadsupphandlingar med en fast prislista**
 - Med vissa subjektiva kvalitetsparametrar
 - Östergötlandsupphandling
- **Stockholmsmodellen**
 - En öppnare marknad

Historiska exempel

- Ortopedteknik har upphandlats på olika sätt sedan lång tid tillbaka (minst 30 år)
- Strukturen på prislistan har tidigare till stor del byggts på:
 - Prissättning av "leverantörs angivna" produkter och komponenter
 - Eller prissättning med inköpspris + hanteringskostnad + utprovningsskostnad
 - Mycket prissattes på "övrigt kostnad" vilket blev mycket otydligt för betalaren vad man egentligen köpte
- *Detta gjorde att inköpskostnaden inte var så "viktigt" då kostnaden sköts över på landstinget*

Historiska exempel

- 2009 kom en helt ny prislista i Stockholm och man la även till olika kvalitetskriterier
- Inför upphandlingen hade Stockholms läns landsting fört dialog ang. prislistans utformning med dåvarande leverantörer dvs Olmed Ortopediska, Aktiv ortopedteknik, OT-Center och Ortob
- Stockholms läns landsting tog även in konsulter från Hälsohögskolan och dåvarande Hjälpmedelsinstitutet
- Den nya "funktionsprislistan" var uppbyggd kring hjälpmedlet och/eller komponenters funktion där de i det kompletta hjälpmedlet ingick utprovning och "förskrivning"
- Borta var uttryck som hanteringskostnad och utprovningskostnad men nya uttryck föddes som särskilda behov, förebyggande och avhjälpande underhåll

Hur borde ortopedteknik upphandlas

= enklare att veta vad man köper

Priset ska inte längre vara alenarådande



- ✓ Upphandalande enhet bör kontakta och ta hjälp av branschen innan upphandling t.ex. hearing
- ✓ Det borde ställas krav på rutiner / processer som positionerar företagen
- ✓ Företagen bör ges utrymme och "tjäna" på att kunna kommunicera sina unikiteter på ett enkelt sätt



Positionsfördelar utöver pris för att tillgodose behov:

- ✓ Antingen genom en öppnar marknad med etableringsrätt
- ✓ Eller genom upphandlingar som bygger på mätetal → följs upp (dialog)
- ✓ Prestationsbaserad ersättning

Idédokument – Upphandlingar

Ortopedtekniska branschrådet (OTB) har sammanställt vår uppfattning i några för branschen viktiga punkter som vi vill ge möjlighet för upphandlande landsting att ta del av inför kommande upphandlingar. OTB medverkar dessutom gärna vid s.k. hearing eller på annat sätt som en opartisk samverkanspartner inför upphandlingar.



Dialog!