



Sveriges lantbruksuniversitet  
Swedish University of Agricultural Sciences

Fakulteten för landskapsarkitektur, trädgårds-  
och växtproduktionsvetenskap

# Den offentliga upphandlingens betydelse för enskilda nötköttsproducenter

The mean of public procurement for individual cattle breeders

*Jenny Granefelt*

*Simon Wancke*

## Den offentliga upphandlingens betydelse för enskilda nötköttsproducenter

The mean of public procurement for individual cattle breeders

*Jenny Granefelt  
Simon Wancke*

**Handledare:** Jan Larsson, Universitetsadjunkt vid institutionen för arbetsvetenskap, ekonomi och miljöpsykologi, SLU

**Examinator:** Christian Swensson, Professor vid institutionen för biosystem och teknologi, SLU

**Omfattning:** 10 hp

**Nivå och fördjupning:** Grundnivå, G1E

**Kurstitel:** Examensarbete för lantmästarprogrammet inom lantbruksvetenskap

**Kurskod:** EX0619

**Program/utbildning:** Lantmästare - kandidatprogram

**Utgivningsort:** Alnarp

**Utgivningsår:** 2015

**Elektronisk publicering:** <http://stud.epsilon.slu.se>

**Nyckelord:** Offentlig upphandling, LOU, Lagen om offentlig upphandling, producenter, politiker, kostchef, nötkött, engagemang, intervju, public procurement, cattle, breeders



Sveriges lantbruksuniversitet  
Swedish University of Agricultural Sciences

Fakulteten för landskapsarkitektur, trädgårds-  
och växtproduktionsvetenskap  
Institutionen för biosystem och teknologi

## FÖRORD

Lantmästare-kandidatprogrammet är en 3-årig universitetsutbildning vilken omfattar 180 högskolepoäng (hp). En av de obligatoriska delarna i denna är att genomföra ett eget arbete som ska presenteras med en skriftlig rapport och ett seminarium. Detta arbete kan t.ex. ha formen av ett mindre försök som utvärderas eller en sammanställning av litteratur vilken analyseras. Arbetsinsatsen ska motsvara minst 7 veckors heltidsstudier (10 hp).

Intresset för offentlig upphandling (OU) har på senare år blivit allt större i det svenska samhället. Det finns många studier gjorda och mycket dokumentation utifrån den offentliga sektorns perspektiv. Vi är båda verksamma inom den agrara näringen och ville därför efter förslag från Konkurrensverket (KKV) inrikta oss på vilken betydelse en lyckad upphandling kan ha för den enskilda producenten.

Ett varmt tack riktas till de nötköttsproducenter som avsatt sin tid och ställt upp på de intervjuer som ligger till grund för detta arbete.

Ett tack riktas även till Criadora Consult, KKV, Lantbrukarnas riksförbund (LRF), LRF Konsult och organisationen Svenskt Kött som vid intervjuerna bidragit med värdefulla synpunkter och inspel på innehållet i detta arbete.

Ett tack riktas till vår handledare Jan Larsson, Universitetsadjunkt vid institutionen för arbetsvetenskap, ekonomi och miljöpsykologi, SLU, och vår examinator Christian Swensson, Professor vid institutionen för biosystem och teknologi, SLU.

Alnarp

Oktober 2015

Jenny Granefelt

Simon Wancke

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

<b>1 SAMMANFATTNING</b> .....	<b>3</b>
<b>2 SUMMARY</b> .....	<b>4</b>
<b>3 INLEDNING</b> .....	<b>5</b>
3.1 BAKGRUND .....	5
3.2 MÅL .....	5
3.3 SYFTE.....	5
3.4 AVGRÄNSNING .....	5
<b>4 LITTERATURGENOMGÅNG</b> .....	<b>6</b>
4.1 LAGEN OM OFFENTLIG UPPHANDLING (LOU).....	6
4.2 UPPHANDLINGSMYNDIGHETEN .....	7
<b>5 MATERIAL OCH METOD</b> .....	<b>9</b>
5.1 MATERIAL.....	9
5.2 METOD OCH URVAL.....	9
<b>6 RESULTAT</b> .....	<b>11</b>
6.1 PRODUCENTERNA.....	11
6.1.1 <i>Samhällsdebatten och möjligheten att lägga anbud</i> .....	11
6.1.2 <i>Samverkan vid anbudsförfarandet</i> .....	11
6.1.3 <i>Samverkan i leverantörsledet</i> .....	11
6.1.4 <i>En lyckad upphandling</i> .....	12
6.1.5 <i>Betydelsen av en lyckad upphandling</i> .....	12
6.1.6 <i>Övriga synpunkter</i> .....	13
6.2 BRANSCHORGANISATIONERNA.....	14
6.2.1 <i>Samhällsdebatten och möjligheten att lägga anbud</i> .....	14
6.2.2 <i>Samverkan vid anbudsförfarandet</i> .....	15
6.2.3 <i>Samverkan i leverantörsledet</i> .....	15
6.2.4 <i>En lyckad upphandling</i> .....	15
6.2.5 <i>Betydelsen av en lyckad upphandling</i> .....	16
6.2.6 <i>Övriga synpunkter</i> .....	16
<b>7 DISKUSSION</b> .....	<b>18</b>
7.1 PRODUCENTERNA.....	18
7.2 BRANSCHORGANISATIONERNA.....	20
7.3 SLUTSATS.....	23
<b>8 REFERENSER</b> .....	<b>24</b>
8.1 LITTERATUR.....	24
8.2 LAGAR .....	24
8.3 MUNTliga .....	24
8.3.1 <i>Producenter</i> .....	24
8.3.2 <i>Branschorganisationer</i> .....	24
8.4 INTERNET .....	25

# 1 SAMMANFATTNING

Arbetet syftar till att undersöka vad den offentliga upphandlingen har för betydelse för den enskilda nötköttsproducenten. För att besvara frågeställningen har det genomförts en kvalitativ intervjustudie med totalt sju stycken informanter från producent- och branschsektorn.

Arbetet inleds med en litteraturgenomgång. I den beskrivs Lagen om offentlig upphandling (LOU) och vilka som är skyldiga att följa den vid upphandling. Lagens syfte och dess fem basala grundprinciper diskuteras och tydliggörs. Vidare presenteras Upphandlingsmyndigheten – den myndighet som har regeringens uppdrag att verka för en rättssäker, effektiv och hållbar upphandling till nytta för medborgarna och näringslivets utveckling. Området livsmedel diskuteras med fokus på produktundergruppen nötkött. De kriterier som premierar svensk nötköttsproduktion presenteras samt hur upphandlande myndigheter kan formulera sig för att följa uppsatta klimat- och miljömål.

Resultatet av intervjustudien visar på att ett stort engagemang och intresse från både producent och offentlig sektor är det som lägger grunden för möjligheten till att lägga anbud. Både producenter och branschen ser en ökad positiv samhällsdebatt kring offentlig upphandling. En tidig dialog där producenten måste synliggöra sin produktion och där offentlig sektor lägger fram tydliga krav på vad som skall upphandlas är mycket viktig. Att vinna ett anbud är en symbolfråga för den enskilda producenten och svenskt lantbruk samt att det ger en tryggare ekonomisk situation, bidrar till fortsatt produktion och bevarandet av öppna landskap.

## 2 SUMMARY

The purpose of this report is to study the mean of public procurement for individual cattle breeders. To answer the question a qualitative interview study with a total of seven informants from the producer sector and business line has been carried out.

The report begins with a bibliographic study with focus on two parts. At first the law of Public Procurement is presented along with those who are bound in law to follow it. The purpose of the law and the five fundamental principles are discussed and clarified. In the second part The National Agency of Public Procurement is presented. Their task is to have an overall responsibility for developing and supporting the procurement carried out by the contracting authorities and entities with a primary focus on effective, socially and environmentally sustainable public procurement to the benefit of the society and the participants in the market. The area provisions are discussed with focus on live stock meat and the criteria that encourages live stock meat produced in Sweden are presented along with how the authorities that are bound in law to use public procurement can proceed in order to live up to placed climate and environmentally sustainable goals.

The results from the interview study show that strong commitment and interest from both the producer and the public sector is the base and first opportunity to tender an offer. Both producers and the business line see an increasing positive public debate around public procurement. An early dialogue where the cattle breeder must display his production and where the public sector lays out distinct demands is crucial. Winning a contract in public procurement is a symbolic question for both the individual cattle breeder and the rest of the Swedish agriculture. Besides this it gives also a much more secure economic situation, contributes to continuous production and the preservation of open landscapes.

## **3 INLEDNING**

### **3.1 Bakgrund**

Efter inledande samtal med KKV beslutade vi oss för att undersöka vad den OU kan ha för betydelse för den enskilda nötköttsproducenten. Förslaget från KKV med vinklingen mot den enskilda producentens perspektiv är värdefullt att undersöka då svenska livsmedel efterfrågas allt mer inom den offentliga sektorn, dvs. stat och kommun.

### **3.2 Mål**

Målet med arbetet är att identifiera, sammanställa och presentera nötköttsproducenternas åsikter kring betydelsen av en lyckad livsmedelsupphandling.

### **3.3 Syfte**

Syftet med arbetet är att genom en intervjustudie med ett antal producenter runt om i Sverige undersöka vilken betydelse en lyckad upphandling kan ha för dem som livsmedelsleverantörer till den offentliga sektorn. Ordet lyckad syftar i detta arbete på något positivt, exempelvis tryggad ekonomi, utökad produktion etc.

### **3.4 Avgränsning**

Intervjuerna i arbetet har avgränsats till att enbart innefatta nötköttsproducenter samt de branschorganisationer och konsulter som är knutna till svensk nötköttsproduktion och småskalig livsmedelsupphandling. Informanterna är etablerade producenter och representanter för bransch- och medlemsorganisationer.

## 4 LITTERATURGENOMGÅNG

### 4.1 Lagen om offentlig upphandling (LOU)

OU styrs av ett antal lagar som reglerar hur offentlig sektor skall genomföra sina upphandlingar. De som ska upphandla i samhället är statliga och kommunala myndigheter samt offentligt styrda organ som tillgodoser allmänhetens intresse (Upphandlingsmyndigheten, 2015a).

De lagar som offentlig upphandling styrs av bygger på fem grundprinciper. *Principen om icke-diskriminering* syftar till att inte diskriminera leverantörer pga. deras nationella tillhörighet samt att inte enbart ställa krav som svenska företag känner till eller klarar av att uppfylla. *Principen för likabehandling* syftar till att alla leverantörer får samma förutsättningar, t.ex. tillgång till samma information samtidigt. *Principen för proportionalitet* syftar till att upphandlingskraven har en relevans och att de står i proportion med det som upphandlas. *Principen om transparens* syftar till att den upphandlande myndigheten skall ha en öppenhet. Inga uppgifter kring upphandlingen får undanhållas och klara direktiv om vad som angivits i förfrågningsunderlaget gäller. Syftet med *principen om ömsesidigt erkännande* är att intyg och certifikat som utfärdats av en EU-kvalificerad myndighet skall gälla i samtliga EU/EES-länder (Upphandlingsmyndigheten, 2015b)

I Sverige finns OU till för att säkerställa att de företag som erbjuder sina varor och tjänster till de förmånligaste villkoren vinner anbudet så att skattemedel används på ett så kostnadseffektivt sätt som möjligt, för att främja fri rörlighet inom EU, för att behålla konkurrens samt för att underlätta affärer mellan företagare och offentlig sektor (Upphandlingsmyndigheten, 2015c).



## 4.2 Upphandlingsmyndigheten

Upphandlingsmyndigheten är en ny myndighet som från och med 1 september 2015 har till uppgift att säkerställa en rättssäker, effektiv och hållbar OU till nytta för medborgarna och näringslivets utveckling. Ambitionen är att erbjuda ett upphandlingsstöd som på ett hållbart sätt bidrar till en bättre miljö och sociala villkor. Upphandlingsmyndigheten strävar också efter att möjliggöra för fler små och medelstora företag att delta i upphandlingar (Upphandlingsmyndigheten, 2015d).

Inom Upphandlingsmyndigheten finns det olika områden, bl.a. livsmedel. Eftersom upphandlare både får, kan och bör ställa krav på livsmedlens kvalitet, miljö och djurskydd bidrar det till nöjdare och friskare måltidsgäster, en god djuromsorg och att uppsatta lokala eller regionala miljö- och klimatmål uppnås (Upphandlingsmyndigheten, 2015e).

Till området livsmedel hör produktgruppen kött. Vad gäller miljöpåverkan bland livsmedel är det kött som påverkar klimatet mest. Idisslande djur, nötkreatur och får, står för de största utsläppen av växthusgaser, deras fodermältning genererar utsläpp om 15 – 40 kilo växthusgaser per kilo kött. Detta kan jämföras med gris och kyckling som orsakar utsläpp om ca fem respektive två kilo växthusgaser per kilo kött. Dock finns det en likhet mellan alla köttslagen vad gäller utsläppen från transporter. Den är jämförelsevis liten, oavsett om det gäller nöt, får, gris eller kyckling (Upphandlingsmyndigheten, 2015f)

Som en undergrupp till produktgruppen kött finns nötkött. Utsläppen, av framförallt metan, är den största bidragande orsaken till nötköttsproduktionens klimatpåverkan. En genomsnittlig svensk nötköttsproduktion har ett klimatavtryck på 26 CO<sub>2</sub>e per kg benfritt kött. Om foderproduktionen skiljs åt kan klimatavtrycket fördelas till foderproduktionen, som står för ca 20 – 30 % av utsläppen, och djurhållningen, som står för ca 70 – 80 % av utsläppen (Upphandlingsmyndigheten, 2015g).

Ett tillvägagångssätt för att uppnå de klimat- och miljömål som i många fall finns uppsatta hos upphandlande myndigheter är att premiera en god djurhälsa och en god djurvälstånd. Dessa kriterier kan bidra till minskade utsläpp eftersom de oftast per automatik premierar nötkött från välmående och friska djur som haft en högre tillväxt och som fötts upp under effektivare produktionsförhållande. Det finns även ett mervärde i att premiera djur som haft tillgång till utevistelse på större ytor. Förutom att djuren ges möjlighet till motion och att röra sig fritt på ett naturligt sätt ger betesvistelse i de flesta fall friskare djur och bättre klövhälsa. Att nötkreatur skall få vara ute på bete har blivit en etisk fråga. Till detta kan tilläggas mervärdet av att betande djur bidrar till den biologiska mångfalden genom att betet skapar en essentiell miljö för många växter och djur (Upphandlingsmyndigheten, 2015g).

Sedan EU-inträdet 1995 har Sveriges per capitakonsumtion av nö- och kalvkött ökat från 18,5 kg till 25,4 kg (2010). Under samma tidsperiod har den svenska nötköttsproduktionen minskat, något som lett till en ökad import. Idag ligger den svenska självförsörjningsgraden på drygt 52 % (Upphandlingsmyndigheten, 2015g).

## **5 MATERIAL OCH METOD**

### **5.1 Material**

Som underlag för de genomförda intervjuerna har det av författarna i förväg utarbetats ett frågeformulär med sex stycken frågeställningar. Intervjuerna genomfördes per telefon och tog ca 20-30 minuter per intervju. Svaren antecknades och sammanställdes som underlag till resultatet.

Se frågeformulär i BILAGA 1.

### **5.2 Metod och urval**

För att genomföra föreliggande arbete och uppfylla syftet har en kvalitativ metod använts i intervjustudien. Den kvalitativa metoden möjliggör för forskaren att gå på djupet och tillgodogöra sig riklig information kring den uppsatta frågeställningen (Holme & Krohn Solvang, 1997). Metoden lämpar sig väl när forskaren vill intervjua en mindre population för att sedan analysera resultatet och ge en mer detaljerad beskrivning av problemet (Kvale & Brinkmann, 2014). Intervjustudien har omfattat totalt sju intervjuer, varav tre nötköttsproducenter, tre representanter från branschen, LRF, LRF Konsult och organisationen Svenskt kött samt en fristående upphandlingskonsult, Criadora Consult.

Valet av nötköttsproducenter har gjorts utifrån kravet att de ska vara aktiva nötköttsproducenter som livnär sig på sin produktion. Urvalet har skett i samråd med branschorganisationerna. Två nötköttsproducenter, som är aktiva i Småland respektive Östergötland, har tidigare erfarenheter av OU och en nötköttsproducent, aktiv i Skåne, har övervägt men ännu inte deltagit i OU. Nötköttsproducenterna i Småland och Östergötland driver familjeföretag med uppfödning, förädling och försäljning av ekologiskt hängmörat nötkött.

Nötköttsproducenten i Skåne driver ett familjeföretag med uppfödning av nötkreatur i ranchdrift där försäljningen främst sker via köttlådor direkt till konsument.

Informanten från LRF arbetar som marknadsutvecklare med inriktning på OU. LRF, Lantbrukarnas Riksförbund, är en partipolitiskt obunden intresse- och företagarorganisation för människor och företag inom de gröna näringarna (LRF, 2015). Informanten från LRF Konsult arbetar som jurist vid kontoret i Umeå. LRF Konsult är Sveriges största redovisnings- och rådgivningsföretag med tjänster inom ekonomi, juridik, affärsrådgivning och fastighetsförmedling (LRF Konsult, 2015). Informanten från Svenskt Kött är VD för organisationen. Organisationen Svenskt Kött står bakom märket Svenskt Kött som visar att produkten kommer från djur som är födda, uppfödda och slaktade i Sverige. Produkten är även förädlad och förpackad i Sverige (Svenskt Kött, 2015). Informanten från Criadora Consult är VD och ägare i företaget som inriktar sig på Lagen om offentlig upphandling (LOU), e-handel och organisation. Criadora Consult, upphandlingskonsult, arbetar främst med information och utbildning till små och medelstora företag (Criadora Consult, 2015).

## **6 RESULTAT**

### **6.1 Producenterna**

#### ***6.1.1 Samhällsdebatten och möjligheten att lägga anbud***

Producenterna ser ökat intresse från offentlig sektor, i synnerhet kommunerna. De ser också en positiv debatt kring OU i samhället.

Vad gäller möjligheten att lägga anbud svarar producenterna både ja och nej. Det beror helt på förutsättningarna i företaget, kommunernas vilja att dela upphandlingen samt det anatomiska ansvaret dvs. att få avsättning för hela slaktkroppen, som idag vilar på producenten.

#### ***6.1.2 Samverkan vid anbudsförfarandet***

Kännedomen hos producenterna kring samverkan vid anbudsförfarandet är god. Det är i olika sammanhang och möten med kommunerna och inom näringen som kännedomen uppkommer.

#### ***6.1.3 Samverkan i leverantörsledet***

Producenterna ser i det stora hela en möjlighet att samverka med andra producenter i leverantörsledet. En begränsande faktor som framkommit i intervjustudien är att det låga antalet anställda på gårdarna försvårar tidsavsättning och engagemang, speciellt under arbetstoppar. Producenterna menar att det i detta fall skulle underlätta om en extern tjänst i form av en samverkanskoordinator eller liknande var köpbar. Producenterna ser att det inte alltid är de själva som behöver samverka med andra producenter utan att t.ex. ett lokalt slakteri kan lägga anbud och knyta an lokala producenter.

Producenterna ser också att legoslakt inte alltid är ett alternativ, då de stora slakterierna tar förtjänsten. Det behövs goda kontakter med förädlingsidan för att kunna hantera hela ledet själv.

#### ***6.1.4 En lyckad upphandling***

Producenterna anser att en lyckad OU ger betalning för mervärdet av att deras produkt konsumeras lokalt och för den tid producenten lägger på upphandlingen.

Rimliga krav på förpackningar och logistik samt att lokalt och regionalt är av intresse anses som viktigt av producenterna. Vidare ser producenterna dialog och uppföljning efter genomförd OU som angeläget, även att det finns en verklig vilja från offentlig sektor att anpassa anbuden och på så sätt möjliggöra för mindre producenter att delta i OU.

#### ***6.1.5 Betydelsen av en lyckad upphandling***

Betydelsen av en lyckad OU för producenterna innebär att det blir återköp, dvs. återkommande leverans under en förutbestämd tid. Det bäddar för en tryggare ekonomisk situation, framförallt när priset på den upphandlade produkten inte är för lågt. Producenterna anser att det är mentalt och känslomässigt viktigt att vinna ett anbud, det ger en framtidstro i branschen och inspirerar även andra branscher. Ett vunnet anbud ger en flexiblare försäljning, producenten får avsättning för hela djuret då offentlig sektor efterfrågar vissa detaljer, resterande kan exempelvis säljas i egen gårdsbutik.

### **6.1.6 Övriga synpunkter**

Producenterna framhåller att ett personligt engagemang är av stor betydelse, både från offentlig sektor och gård. Det krävs bättre kunskap hos den offentliga sektorn gällande produktionen på gårdarna. För ökad kunskap kan besöken ute på gårdarna bli fler samtidigt som fler producenter behöver besöka skolor etc. för att informera om mervärdet av att äta svenskt och närproducerat.

Den politiska viljan finns men tjänstemännen söker hinder, dvs. finns inte generositet och välvilja går det inte att genomföra en upphandling, enligt en producent. En annan producents erfarenheter visar på att trots lagutrymme orkar, vill eller kan inte kostcheferna ta egna initiativ.

För en producent kan långa avtalstider vara negativt eftersom råvaran binds, både fysiskt och ekonomiskt. Kortare avtalstider är därför önskvärda, även för att klargöra om leverans till offentlig sektor passar producentens verksamhet. En fördel med långa avtalstider och jämn leverans över året kan däremot skapa möjligheter till nyanställning och utveckling på gårdarna.

Det är viktigt inledningsvis med en dialog mellan offentlig sektor och producent. Dels behöver producenten informeras om när det är upphandling och dels behöver producenten synliggöra sig själv och sin produktion. I dialogen kan förutsättningarna diskuteras för att underlätta en eventuell framtida överenskommelse. Diskussionerna kan vara att säkerställa att kostråd och kvalitet inte ställs mot varandra eller att färskt efterfrågas framför vakuumpförpackat, för att nämna några exempel.

## 6.2 Branschorganisationerna

### 6.2.1 Samhällsdebatten och möjligheten att lägga anbud

Criadora Consult ser att debatten tagit fart de senaste två-tre åren. LRF, som medlemsorganisation, deltar i debatten och arbetar med OU till följd av dubbelmoralen som finns, dvs. att Sveriges lagstiftare har bestämt hur vi ska producera livsmedel i Sverige med strängare regelverk än övriga EU, t.ex. en högre djurskyddslagstiftning. När samma lagstiftare sedan upphandlar livsmedel gäller inte längre samma höga regelverk på de livsmedel som serveras i offentlig sektor. LRF ser positivt på att KKV:s upphandlingsstöd blev en ny myndighet, Upphandlingsmyndigheten, från och med 1 september 2015. Vidare ser LRF att upphandlingstiden ger eftersläpningar och att det finns en trögrörlighet – debatten är person- och politiskt beroende. Organisationen Svenskt Kött ser att det finns en vilja hos offentlig sektor att upphandla svenskt. De uppmanar producenterna att gå samman för att underlätta leveranser. Svenskt kött som organisation driver inte själva frågan om OU, det görs av LRF som delägare.

Vad gäller producenternas möjligheter att lägga anbud anser Criadora Consult och LRF att mycket beror på upphandlingsenhetens engagemang och kunskap. Den traditionella upphandlingen är inte uppdelad, det utgör en svårighet för producenterna att lägga anbud. Det krävs en politisk vilja i offentlig sektor och Criadora Consult och LRF ser en förändring då flertalet upphandlingar börjat delas upp. De anser också att offentlig sektor behöver föra en dialog med det lokala näringslivet och att de ska ta hjälp av exempelvis LRF eller Hushållningssällskapet (HS), som har kunskap och kännedom om vad som produceras.



### ***6.2.2 Samverkan vid anbudsförfarandet***

LRF Konsult anser att kraven som ställs från offentlig sektor kan avskräcka producenter från att lämna anbud. Det kan exempelvis handla om att producenten är rädd för att inte klara av att leverera tillräckliga volymer. Criadora Consult ser att producenterna känner till möjligheten att samverka och ställer sig positiva till det. Kännedomen kring samverkan fås via paraplyorganisationer, producentträffar, lantbruksskrifter etc. Däremot anser organisationen Svenskt Kött att samverkan inte är en vanesak för producenterna som anser att det är lättare att leverera direkt till slakteriet. LRF menar att det inte är många producenter som känner till möjligheten att samverka vid anbudsförfarandet. OU är, enligt LRF, ett ganska nytt begrepp för producenterna. LRF menar att den lättaste vägen för producenten att nå de offentliga köken idag är fortfarande via grossist. Det är ett stort steg som primärproducent att lämna till offentlig sektor. Har producenten en utvecklad verksamhet, t.ex. gårdsbutik, köttlådor, är det lättare att ta steget in i den offentliga sektorn. I många fall saknas logistiklösningar, men positivt är att flertalet distributionscentraler vuxit fram de senaste åren.

### ***6.2.3 Samverkan i leverantörsledet***

LRF anser att producenterna behöver bli bättre på att samverka. Ett tillvägagångssätt kan vara samverkan i leverans till grossistled om man som producent inte vill leverera direkt till offentlig sektor. Organisationer som Svenskt Kött anser att offentlig sektor kan stimulera producenterna mer än vad som görs idag för att underlätta samverkan. Criadora Consult ser att logistiklösningar ofta är ett problem enligt politikerna, men inte hos leverantörerna som använder sig av omlastningscentraler ute i kommunerna.

### ***6.2.4 En lyckad upphandling***

En lyckad upphandling för LRF är när upphandlingen delas upp i olika varugrupper, när offentlig sektor för en tidig dialog med producenterna och när offentlig sektor har en helhetssyn i sammanhanget. För organisationen Svenskt Kött är en lyckad upphandling när tillgång och efterfrågan på svenskt kött möts, när inte bara prisbilden får styra. En lyckad upphandling ger även mer intresserade och engagerade människor.

Criadora Consult anser att en lyckad upphandling är när kostchefen har rätt kompetens och kan se att strängare kriterier ger bättre råvaror. Men detta innebär inte att kostnaden behöver bli högre, då svinnet blir avsevärt lägre. En lyckad upphandling är också när kvaliteten får en tyngre betydelse.

### ***6.2.5 Betydelsen av en lyckad upphandling***

LRF anser att OU av svenska livsmedel är en viktig symbolfråga för svenskt lantbruk. Det bidrar till den svenska livsmedelsproduktionens fortsatta existens och bringar även stolthet och förståelse för produktionens betydelse, ett kort led från producent till matgäst, vilket blir en vinst för samhället. För organisationen Svenskt kött har det stor betydelse att svenskt nötkött efterfrågas, betalas och konsumeras. Det är ett mycket viktigt underlag för svensk produktion och ett erkännande för det fantastiska arbetet på gårdarna. För producenten har det även en psykologisk betydelse. Criadora Consult ser att en svensk livsmedelsproduktion är viktig och måste få existera. Den betyder mycket i sambandet med helhet, landskapsvård och öppna marker.

### ***6.2.6 Övriga synpunkter***

För LRF är det viktigt att maten i de offentliga köken lagas från grunden, för det behövs kompetens. Kostcheferna har en positiv attityd till svenskt kött men de behöver stöd från politikerna för att genomföra upphandlingen, därmed blir den nya Upphandlingsmyndigheten en viktig del i arbetet. Vidare anser LRF att producenter överlag behöver bli mer lyhörda och samverkande. Grossisterna är idag duktiga på att fånga upp lokalt, vilket underlättar för producenterna. Det finns en tydlig regional skillnad på intresset att lägga anbud. T.ex. i Dalarna är det ett högt engagemang bland producenterna medan man i Skåne inte känner sig lika bekväm i att vara lokal leverantör till offentlig sektor. En trolig förklaring till detta är att produktionsjordbruket i Skåne ser annorlunda ut t.ex. många spannmålsgårdar vars primära produktion inte är lika aktuell för OU.

Initialt bör producenten, enligt LRF Konsult, beakta en del faktorer innan denne ger sig in i en upphandlingsprocess. Först och främst är det viktigt att producenten driver ett lobbyarbete och tar kontakt med upphandlingsenheten i god tid. Förarbetet är mycket viktigt och producenten behöver hållas uppdaterad om när upphandlingar offentliggörs. För att säkra leverans kan det vara en god idé att bilda ett nytt bolag alternativt samverka med andra producenter. Producenten bör ha i åtanke att det finns privata aktörer inom skola och äldreomsorg.

Organisationen Svenskt Kött anser att det största hindret för den enskilde producenten är svårigheten att få ihop de volymer som krävs, att samverka kan då vara en lösning. Det finns en trygghet i samverkan bland producenterna då chansen att klara av att lämna anbud ökar. Det i sin tur är viktigt för den svenska livsmedelsproduktionens utveckling. Upphandlare behöver kurage och engagemang! Det är viktigt att man är konsekvent i köken och inte ersätter beställd vara med vad som finns för dagen.

Criadora Consult menar att det har betydelse att upphandlare får mer utbildning i hur man möjliggör för lokala leverantörer att lämna anbud. Upphandlarna behöver ha en förståelse och en kunskap om företagarperspektivet. OU i EU ska ha samma regler för alla medlemsländer trots detta hanterar flera länder lagen betydligt friare än Sverige. Det behövs en attitydförändring i Sverige till att identifiera det enkla och självklara. Idag läggs mycket fokus på att hitta omvägar för att upphandla svenskt och närproducerat. Med omvägar menas t.ex. att offentlig sektor ställer krav på uppfödningen som motsvarar svenska normer istället för att direkt kräva svenskt, vilket LOU förbjuder.

I övriga EU ser debatten annorlunda ut. En möjlig orsak kan vara att endast Sverige och Estland serverar gratis skolmat. Det finns därför ett större samhällsengagemang kring vad som serveras i de offentliga köken.

## 7 DISKUSSION

### 7.1 Producenterna

Eftersom producenterna ser ett ökat intresse från offentlig sektor och en positiv samhällsdebatt kring OU borde det kunna inspirera till nya företagsformer på landsbygden. Detta får ses som väldigt positivt och som en bekräftelse på att Sveriges bönder och svensk livsmedelsproduktion har en viktig roll i samhället. Det är främst förutsättningarna i företagen som ligger till grund för möjligheten att delta i OU. Detta kan ses som självklart, men i intervjustudien framkommer det att den offentliga sektorn ofta saknar kunskap och helhetssyn om den produktion som finns på gårdarna. Det är därför viktigt att medlemsorganisationer, som exempelvis LRF, fortsätter sitt arbete med att skapa gemensamma forum där producenter och nyckelpersoner inom offentlig sektor kan mötas.

I ett första skede är den politiska viljan avgörande för att offentlig sektor ska ha möjlighet att upphandla svenskt nötkött. Producenterna i intervjustudien upplever ofta en trögrörlighet kring den politiska viljan vilket i sig inte är inspirerande i företagandet. Kostcheferna vill i många fall upphandla svenskt, men deras möjligheter begränsas då politikerna har en annan åsikt. Personligt engagemang är av stor betydelse både från offentlig sektor och producent. Genom att synas och visa upp sin produktion kan producenten påverka den politiska viljan som i sin tur kan möjliggöra samarbeten.

Det är viktigt för båda parter att föra tidig dialog inför en upphandling. Dels behöver producenten få information när upphandlingen ska ske. Dels behöver offentlig sektor få information om vilka producenter som finns och vilka produkter de kan leverera. Effekterna av dialogen kan också innebära större möjligheter för samarbeten, t.ex. delade upphandlingar, att kostråd och produktkvalitet inte ställs mot varandra och att färskt nötkött efterfrågas framför vakuumpförpackat.

För att underlätta för producenterna att leverera till offentlig sektor är samverkan med andra producenter en möjlighet. Det är glädjande att intervjustudien pekar på en vilja till samverkan. Ett bekymmer är dock tidsbristen på gårdarna. Producenterna upplever, särskilt vid full produktion, att tid och personal inte räcker till för att hinna leverera eller delta i en upphandlingsprocess. En faktor som kan underlätta för producenterna i det fallet är om det fanns en möjlighet att köpa tjänsten externt i form av en samverkanskoordinator eller liknande.

Att de långa avtalstiderna upplevs som negativa i den aspekten att producenternas råvara binds, både fysiskt och ekonomiskt, är en ny intressant erfarenhet. Ur producenternas synvinkel ger kortare avtalstider möjligheten att utvärdera om leverans till offentlig sektor passar gårdens verksamhet, samt att de inte binder upp sig lika länge. Offentlig sektors hantering av upphandlingen är tidskrävande, därav de långa avtalstiderna. Uppfattningar och tidigare erfarenheter är att längre avtalstider upplevs ge en tryggare ekonomisk situation som kan möjliggöra nyanställning av personal och utveckling av företaget.

Producenterna får en säkrad och flexibel användning för hela djuret i och med att offentlig sektor efterfrågar vissa styckdetaljer och produkter medan resterande kan säljas i t.ex. en gårdsbutik. Det är dessutom mentalt och känslomässigt viktigt att vinna en upphandling. En ny företagsgren som leverantör till offentlig sektor kan ge ringar på vattnet vilket bidrar till framtidstro inom branschen, men även inspiration till andra branscher.

## 7.2 Branschorganisationerna

Branschorganisationerna upplever en ökad debatt kring OU under de senaste åren och arbetar med frågan utifrån olika perspektiv. Orsaken till att LRF engagerar sig är den tidigare nämnda dubbelmoralen. LRF driver också frågan som delägare i organisationen Svenskt Kött. Criadora Consult arbetar utifrån småföretagarens perspektiv. Tillsammans ger dessa perspektiv en bred syn på debatten, något som är till stor nytta för producenterna. Den nya Upphandlingsmyndigheten torde vara en bra satsning då arbetet med OU samlas under ett tak och kan leda till fler framgångsrika upphandlingar av svenska livsmedel.

Branschorganisationerna ser att upphandlingsenhetens kunskap och engagemang är av stor betydelse. Den politiska viljan spelar också en viktig roll i offentlig sektor. Det är bra att branschorganisationerna lyfter fram vikten av politiskt engagemang då kostcheferna behöver tydliga direktiv på hur de kan upphandla. Ett exempel som branschorganisationerna framhåller är fördelarna med delad upphandling, en sådan underlättar för producenterna att lägga anbud. En tidig dialog mellan det lokala näringslivet och offentlig sektor ökar också möjligheten för samarbetet däremellan.

Intervjustudien visar att åsikterna kring producenternas kännedom om möjligheterna till samverkan vid anbudsförfarandet går isär. Enligt Criadora Consult har producenterna god kännedom om samverkansmöjligheterna tack vare producentträffar, lantbruksskrifter samt information från paraply- och medlemsorganisationer. Organisationen Svenskt Kött däremot menar på att samverkan inte är en vanesak för producenterna och att de därmed saknar kännedom om hur de kan lämna ett gemensamt anbud. OU är ett ganska nytt begrepp för producenterna enligt LRF som därför menar att det inte är många producenter som inte känner till möjligheten att samverka kring anbudsförfarandet. Som producent är det viktigt att hålla sig ajour och vara välinformerad kring upphandlingsmöjligheterna för sitt företag.

Vad gäller samverkan i leverantörsledet ser bl.a. LRF att producenterna behöver bli bättre på att samverka. Oavsett företagets storlek eller verksamhetens inriktning borde behoven att samverka vara desamma. Vikten av upplysning och information kring olika samverkansformer är stor. Detta borde branschorganisationerna kunna utveckla för producenterna.

Det finns stöd för branschorganisationernas uttalanden kring en lyckad upphandling. En tidig dialog, en delad upphandling, att tillgång och efterfrågan möts, intresserade och engagerade människor samt rätt kompetens hos kostcheferna. Tillsammans utgör dessa faktorer en helhet som blir till gagn för hela samhället.

Det är viktigt att offentlig sektor upphandlar enligt svensk djurskyddslagstiftning och inte använder sig av den dubbelmoralen de hittills haft. Producenterna vill dela sin stolthet med övriga samhället och behöver få förståelse för produktionens betydelse. Det är också viktigt att korta ner leveransavstånden och ta till vara de produkter som finns runt om i kommunen. Däremot ska man inte vara rädd från offentlig sektor att titta utanför kommungränserna för att möjliggöra leverans av svenska produkter. Det är många svenska bönder som tänker nytt, vilket är positivt, för att behålla en svensk livsmedelsproduktion. Branschorganisationerna anser att OU av svenska livsmedel är en viktig symbolfråga för svenskt lantbruk som bidrar till dess fortsatta existens, att det har en psykologisk betydelse för producenten. OU betyder mycket i sambandet med helhet, landskapsvård och öppna marker.

Enligt LRF finns det en tydlig regional skillnad på intresset att lägga anbud. Med denna erfarenhet borde branschorganisationerna arbeta mer i de regioner där intresset är lägre. LRF kan t.ex. lyfta möjligheterna kring förädling och väcka intresset på de stora spannmålsgårdarna. Därmed inte sagt att det är just dessa gårdar som skall förädla, men nya samarbeten kan utvecklas. LRF ser att grossisterna är duktiga på att fånga upp lokalproducerat. Här kan LRF göra mer än vad de gjort för att knyta samman producenter med grossister, då det även finns utvecklingsmöjligheter inom detta område.

LRF Konsult framhåller att det även finns privata aktörer inom skola och äldreomsorg. Utifrån detta borde det finnas en enorm utvecklingsmöjlighet inom framförallt äldreomsorgen.

Organisationen Svenskt Kött anser att det är viktigt att man är konsekvent i köken och inte nöjer sig med att få en ersättningsvara om det som beställts är slut hos leverantören. Tidigare erfarenheter visar att detta kan vara ett problem, dvs. att matsedeln är förutbestämd och att personalen därför är hindrad att ändra innehållet. Men även att man faktiskt inte fått levererat det man beställt. Det är alltså viktigt att grossisterna respekterar ställda krav för en hållbar process.

OU i EU skall ha samma regler i alla medlemsländer. Trots detta sticker Sverige ut i mängden med sina hårdare hållna regler, enligt Criadora Consult. Detta gör att det blir svårare att upphandla svenskt och närproducerat. Criadora Consult menar att det behövs en attitydförändring i Sverige, inte bara inom OU utan även vad gäller betydelsen för en svensk livsmedelsproduktion.



### 7.3 Slutsats

Arbetet har visat att ett stort engagemang och intresse från både producent och offentlig sektor är det som lägger grunden för möjligheten till att lägga anbud. Detta följs sedan av en tidig dialog där producenten måste synliggöra sin produktion och där offentlig sektor lägger fram tydliga krav på vad som skall upphandlas. Den offentliga upphandlingens betydelse blir positiv för den enskilda nötköttsproducenten i form av;

- En tryggad ekonomisk situation
- En användning för hela djuret
- En mentalt och känslomässigt viktig vinst
- En framtidstro i branschen
- Att samhället delar producentens stolthet och får en förståelse för produktionen
- Ett erkännande för allt det arbete som läggs ner på gården

Med endast sju informanter är det självklart relevant att ställa sig frågan om hur representativ intervjustudien i arbetet är. Då tiden varit den begränsande faktorn föll valet som tidigare nämnts på en kvalitativ studie med få informanter. Resultatet visar dock på en tydlig samstämmighet varför slutsatsen får ses som ett relativt tydligt svar på vilka förutsättningar och möjligheter det finns för enskilda nötköttsproducenter att delta i offentlig livsmedelsupphandling.

Intressant att notera är att i det stora hela inte framkommit några negativa synpunkter i intervjustudien, varken från producenterna eller branschorganisationerna.

## **8 Referenser**

### **8.1 Litteratur**

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2014): *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.

Holme, I. M. & Krohn Solvang B. (1997): *Forskningsmetodik – Om kvalitativa och kvantitativa metoder*. Lund: Studentlitteratur.

### **8.2 Lagar**

SFS 2007:1091 Lag om offentlig upphandling (LOU)

### **8.3 Muntliga**

#### ***8.3.1 Producenter***

Nötköttsproducent Skåne, 2015-05-26

Nötköttsproducent Småland, 2015-06-01

Nötköttsproducent Östergötland, 2015-06-01

#### ***8.3.2 Branschorganisationer***

VD och ägare, Criadora Consult, 2015-05-20

Marknadsutvecklare med inriktning på offentlig upphandling, LRF, 2015-05-21

Jurist, LRF Konsult Umeå, 2015-05-21

VD, Organisationen Svenskt Kött, 2015-05-22

## 8.4 Internet

Branschorganisationen Svenskt Kött 2015

<http://www.svensktkott.se/market/vad-betyder-market/> 2015-10-28

Criadora Consult 2015

<http://www.cridora.se/index.html-criadora.se> 2015-10-28

Lantbrukarnas Riksförbund 2015

<http://www.lrf.se/om-lrf/> 2015-10-28

LRF Konsult 2015

<http://www.lrfkonsult.se/om-lrf-konsult/fakta-om-lrf-konsult/> 2015-10-28

Upphandlingsmyndigheten 2015a

<http://www.upphandlingsmyndigheten.se/upphandla/om-upphandlingsreglerna/om-lagstiftningen/vilka-ska-upphandla/> 2015-10-28

Upphandlingsmyndigheten 2015b

<http://www.upphandlingsmyndigheten.se/upphandla/om-upphandlingsreglerna/om-lagstiftningen/upphandlingsprinciperna/> 2015-10-28

Upphandlingsmyndigheten 2015c

<http://www.upphandlingsmyndigheten.se/upphandla/om-upphandlingsreglerna/>  
2015-10-28

Upphandlingsmyndigheten 2015d

<http://www.upphandlingsmyndigheten.se/omossmeny/om-oss/> 2015-10-28

Upphandlingsmyndigheten 2015e

<http://www.upphandlingsmyndigheten.se/omraden/livsmedel/upphandla-livsmedel/>  
2015-10-28

Upphandlingsmyndigheten 2015f

<http://www.upphandlingsmyndigheten.se/hallbarhet/stall-hallbarhetskrav/kriteriebiblioteket/livsmedel/kott/> 2015-10-29

Upphandlingsmyndigheten 2015g

<http://www.upphandlingsmyndigheten.se/hallbarhet/stall-hallbarhetskrav/kriteriebiblioteket/livsmedel/kott/notkott/> 2015-10-29

# BILAGA 1

EX0619 150429

Underlag för intervju

PM

## # Bakgrundsmaterial

Syftet med vår intervju är att ta fram underlag som sedan skall sammanställas i vårt examensarbete som har rubriken ”Den offentliga upphandlingens betydelse enskilda nötköttsproducenten”.

När man pratar om offentlig upphandling menar man de åtgärder en upphandlande statlig myndighet eller kommun behöver göra när den ska ingå ett avtal avseende varor, tjänster eller byggnadsentreprenader.

Den offentliga upphandlingen regleras i lag för att marknaden ska fungera som bäst. Lagen om offentlig upphandling (LOU) gäller för alla statliga myndigheters och kommuners inköp.

Upphandlingsreglernas syfte är att säkerställa att de offentliga medlen används så effektivt som möjligt. Det görs genom att söka upp den aktuella marknaden och dra nytta av den konkurrens som finns där. Reglerna ska också säkra den fria konkurrensen och ge alla leverantörer samma villkor i varje upphandling.

Våra förstudier har visat att mycket redan är kartlagt vad gäller utvecklingen av offentlig upphandling till stat och kommun ur deras perspektiv samt hur producenter enklare kan delta i en anbudsprocess. Vi ser att det inte finns samma dokumentation ur producentens perspektiv, därav vårt examensarbete.

Vi kommer nu till frågeställningarna och vi ber dig att svara utifrån ditt perspektiv som producent eller representant för din organisation.

## # Frågeställningar

1.

Hur ser du som producent på samhällsdebatten kring offentlig upphandling av livsmedel?

2.

Anser du som producent att du har möjlighet att lägga anbud idag?

2:1 OM JA!

Vad är det som har möjliggjort det?

2:2 OM NEJ!

Vilka problem finns?

3.

Lagen om offentlig upphandling (LOU) möjliggör för flera producenter att samverka vid anbudsförfarandet\*. Känner du till detta?

3:1 OM JA!

Hur har du fått reda på det?

3:2 OM NEJ!

Ser du att det finns potentiella producenter i din närhet som du skulle kunna samverka med?

4.

Ser du som producent en möjlighet att samverka med andra producenter i leverantörsledet\*\*?

4:1 OM JA!

Hur?

4:2 OM NEJ!

Har du möjlighet att leverera själv?

5.

Vad är en lyckad upphandling för dig?

6.

Vilken betydelse har en lyckad upphandling för dig?

ÖVRIGA SYNPUNKTER?