

Puurakentamisen
**Markkina-
vuoropuhelu-
opas**

Puurakentamisen markkinavuoropuheluopas

Julkaisija Puutuoteteollisuus ry

Tekijä/t **Puutuoteteollisuus ry**
Sini Koskinen

Vision Oy
Jani Saarinen

Kieli suomi

Sivumäärä 30

Tiivistelmä

Tämä opas tarjoaa käytännönläheisiä työkaluja ja näkökulmia markkinavuoropuhelujen hyödyntämiseen puurakennushankkeissa. Sen tavoitteena on lisätä ymmärrystä puurakentamisen erityispiirteistä ja hankintojen valmistelusta, jotta julkiset rakennuttajat voivat edistää hiilineutraalia rakentamista vaikuttavalla ja kilpailukykyisellä tavalla.

Markkinavuoropuhelu auttaa varmistamaan, että hankinnat ovat realistisia sekä kilpailukykyisiä ja mahdollistavat myös uusien toimijoiden osallistumisen. Puurakentamisen ekosysteemi edellyttää avointa vuorovaikutusta hankintayksiköiden ja alan toimijoiden välillä – markkinavuoropuhelulla voidaan vahvistaa tätä yhteistyötä ja samalla tukea kuntien elinvoimaa, paikallista teollisuutta ja ilmastotavoitteita.

Opas on tuotettu yhteistyössä ympäristöministeriön hallinnoiman, valtioneuvoston yhteisen Puurakentamisen ohjelman kanssa, ja sen kokoamisesta ja tuottamisesta on vastannut Puutuoteteollisuus ry.

Asiasanat Puurakentaminen, puunkäyttö, strategiatyö, strategiat, strateginen suunnittelu, hiilineutraalius

Esipuhe

Puurakentaminen tarjoaa merkittäviä mahdollisuuksia kestäväan rakentamiseen ja kotimaisen osaamisen hyödyntämiseen. Puutuoteteollisuus ry on koonnut tämän oppaan ”Markkinavuoropuheluiden hyödyntäminen puurakentamisessa” tukemaan alan toimijoita julkisten hankintojen ja puurakentamisen yhdistämisessä.

Tämä opas on tuotettu yhteistyössä ympäristöministeriön hallinnoiman, valtioneuvoston yhteisen Puurakentamisen ohjelman kanssa. Ohjelman tavoitteena (vuosina 2016–2023) oli lisätä puun käyttöä erityisesti kaupunkien rakentamisessa, julkisessa rakentamisessa sekä suurissa puurakenteissa. Toivomme, että opas tarjoaa käytännönläheisiä työkaluja ja näkökulmia hankintojen valmisteluun sekä puurakentamisen edistämiseen eri kokoisissa projekteissa.

Vaikka hiilineutraaleja rakentamisen tapoja on useita, tässä oppaassa keskitytään puurakentamiseen ja erityisesti siihen, miten hankintakäytännöillä voidaan vaikuttaa materiaalivalintoihin ja luoda edellytyksiä puun käytölle. Julkisilla tilaajilla on avainrooli suunnannäyttäjinä, mahdollistajina ja markkinoiden kehittäjinä.

Puurakentamisen kenttä on vielä kehittyvä, ja hankintojen esteeksi on usein noussut tiedon ja kokemuksen puute. Tilaajat käyttävät monesti betonirakentamiseen suunniteltuja hankintamalleja, jotka eivät sovellu puuhun, mikä voi johtaa epärealistisiin vaatimuksiin ja rajoittaa tarjoajien osallistumista. Kun tilaaja ymmärtää puun erityispiirteet ja käy avointa markkinavuoropuhelua toimijoiden kanssa, paranee myös kilpailun laatu – ja samalla mahdollisuus saada kustannustehokkaita ja innovatiivisia ratkaisuja.

Hiilineutraaliustavoitteiden saavuttaminen edellyttää tilaajaorganisaatioilta yhteistä tahtotilaa ja valmiutta tarkastella toimintatapoja uudelleen. Tavoitteena ei ole vain vähentää päästöjä, vaan samalla vahvistaa kuntien elinvoimaa, lisätä kiinnostavuutta ja luoda paikallisia työpaikkoja.

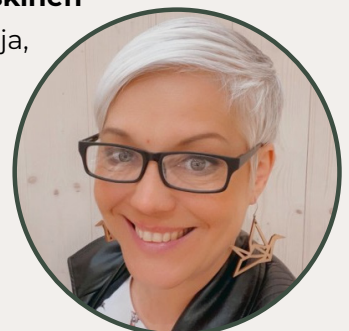
Tämä opas on tuotettu yhteistyössä ympäristöministeriön hallinnoiman Puurakentamisen ohjelman (2016–2023) kanssa. Toivomme sen tarjoavan käytännönläheisiä työkaluja ja näkökulmia hankintojen valmisteluun ja puurakentamisen edistämiseen erilaisissa projekteissa – suurista koulurakennuksista pienempiin kunnallisiin hankintoihin.

Hiilineutraaliustavoitteisiin päästään vain yhteen hiileen puhaltamalla.

Antoisia lukuhetkiä!

Sini Koskinen

Asiantuntija,
Puutuoteteollisuus ry



Sisällys

Johdanto	6
1. Puurakentamisen markkinat	7
1.1 Puurakentamisen erityispiirteet	7
1.2 Puurakentamisen markkinoiden hyödyntäminen	8
2. Markkinavuoropuhelujen juridinen perusta	9
2.1 Markkinavuoropuhelut ja hankintalaki	9
2.2 Kilpailun vääristämistä koskeva sääntely	11
2.3 Tasapuolisuus ja syrjimätön kohtelu	12
2.4 Esimerkkejä oikeuskäytännöstä	12
3. Markkinavuoropuhelujen hyödyntäminen puurakentamisessa	15
3.1 Markkinavuoropuhelu osana hankinnan suunnittelua	15
3.2 Markkinavuoropuhelun hyödyntäminen projektin eri vaiheissa	16
3.3 Markkinavuoropuhelun eri muodot	19
3.4 Markkinavuoropuheluista ilmoittaminen	22
3.5 Markkinavuoropuhelujen käytännön järjestelyt	23
3.6 Markkinavuoropuheluaineistot	24
3.7 Toiminta hankintojen aikana	24
4. Yhteenveto ja suositukset	25
5. Liitteet	27
5.1 Puurakentamiseen liittyviä termejä	27
5.2 Hankintaan liittyviä termejä	28

Johdanto

Tämä puurakentamisen markkinavuoropuheluopas täydentää Ympäristöministeriön vuonna 2022 julkaisemaa Puun käyttö julkisessa rakentamisessa -hankintaopasta. Puurakentamisen markkinavuoropuheluopas avaa markkinavuoropuhelujen käyttöä puurakentamisessa ja puurakennushankkeiden ja niiden hankintojen suunnittelussa.

Hankintalain mukaan hankintayksikkö voi ennen hankintamenettelyn aloittamista tehdä markkinakartoituksen hankinnan valmistelua varten ja antaa tietoa toimittajille tulevaa hankintaa koskevista suunnitelmistaan ja vaatimuksistaan. Hankintalaki käsittelee markkinavuoropuhelua kuitenkin hyvin kapeasti eikä juurikaan ota kantaa markkinavuoropuhelun soveltamiseen käytännössä.

Käytännössä markkinavuoropuhelua kannattaa tarkastella osana koko hankkeen ja sen hankinnan suunnittelua. Sitä kannattaa pohtia aina kunkin hankintayksikön ja suunnitteilla olevien hankkeiden näkökulmasta. Miten hyödyntää hankkeen suunnittelun eri vaiheissa eri osapuolten osaamista ja kokemusta, erilaisia toteutustapoja, toiminnallisia ja teknisiä ratkaisuja, toteutusmuotoja ja hankintamenettelyjä sekä markkina- ja suhdannetilannetta?

Entä miten välttyä suunnittelemasta jotakin, mistä ei ehkä ole mahdollista saada tarjouksia? Onnistunut markkinavuoropuhelu voi auttaa hankintayksikköä hankinnan tavoitteiden ja reunaehtojen asettamisessa, hankinnan kohteen, sisällön ja toteutustavan määrittelyssä, toteutusmuodon valinnassa sekä hankintaprosessin ja sen sisällön suunnittelussa. palveluntuottajille onnistunut markkinavuoropuhelu luo paremmat puitteet ymmärtää tilaajan tavoitteita ja tarpeita ja tarjota niihin sopivia ratkaisuja.

Markkinavuoropuheluiden järjestämisessä on kyse markkinoiden paremmasta hyödyntämisestä, jonka tavoitteena tulee olla paitsi hankintojen onnistuminen, myös julkisten varojen tehokkaampi käyttö – siis parempien tulosten saavuttaminen pienemmin ponnisteluin.

Markkinavuoropuhelu on parhaimmillaan sen osapuolten välistä dialogia, jolla pyritään löytämään osapuolten yhteiset intressit. Etenkin puurakentamisessa, markkinavuoropuhelua kannattaa tarkastella laajemmin koko puurakentamisen ekosysteemin yhteisenä prosessina, jossa selvitetään, miten hankintayksiköt voivat kertoa etukäteen omista hankkeistaan, miten hyödyntää eri osapuolten osaamista ja kokemusta hankkeiden ja niiden hankintojen kehittämisessä ja miten tätä kautta kasvattaa koko puurakentamisen toimialan kykyä tuottaa enemmän arvoa sen kaikille osapuolille.

Puurakentamisen markkinat

1.1 Puurakentamisen erityispiirteet

Puurakentamisen markkinaosuus on Suomessa edelleen kohtuullisen pieni suhteessa koko rakennusalaan. Vuonna 2025 puurunkoisten rakennusten markkinaosuus oli noin 30 % aloitettujen rakennusten tilavuudesta ja puun markkinaosuus julkisissa opetusrakennuksissa noin 25 %. Asuinkerrostalojen aloituksissa puurakentamisen osuus ylitti vuonna 2022 vasta 5 %. (Puutuoteteollisuus 2023)

Puurakentamisen markkinaa määrittelevät vielä sen erityispiirteet, puun ominaisuudet, puurakentamisen erilaiset järjestelmät ja toteutustavat, pidemmälle viety esivalmistusaste, puurakentamisen keveys ja nopeus sekä toimialan yritysten toisistaan poikkeavat liiketoimintamallit sekä alan yritysten osaaminen ja resurssit.

Puurakentamista toteutetaan perinteisinä pitkistä tavarasta tai massiivipuusta paikalla rakennettavina ratkaisuin, pilari-palkkirunkoratkaisuin, rankarunkoisina tai massiivipuisina taso- tai tilaelementtiratkaisuin tai erilaisina hybriditoteutuksina. Näitä kaikkia rakentamisen tapoja ei voida toteuttaa samanlaisin suunnitelmin johtuen mm. niiden vaatimista erilaisista rakenneratkaisuista, rakenteiden mitoituksista tai talotekniikan toteutusvaihtoehdoista (Puurakentamisen Opas 2022). Tästä syystä puurakentamisen teknisten ratkaisujen valinta liian aikaisin etukäteen rajaa myös kilpailua, alan tarjontaa ja osaamista.

Puun ominaisuudet yhdessä sen erilaisten teollisten valmistusprosesseihin kanssa johtavat jo keskenäänkin erilaisiin toteutustapoihin, joita ei välttämättä voi toteuttaa samanlaisin suunnitelmin. Lisäksi teollinen valmistus edellyttää pidemmälle vietyä suunnittelua, tarkempaa aikatauluohjausta, puuosatoimittajien aikaisempaa valintaa sekä totutusta poikkeavaa rakentamista ja laadunvalvontaa. Puurakentamisen toteutustavat, tekniset ratkaisut ja tuotteet sekä näiden toimittajat kilpailevat tietysti myös keskenään.

Puurakennushankkeen suunnittelu ja toteutus johtavat yleensä erilaiseen rakennushankkeen kulkuun kuin mihin toimialalla on totuttu. Siksi puurakennushankkeiden suunnittelu ja toteutus tulisikin pohtia koko hankkeen mittaisena prosessina etukäteen eikä vasta suunnittelutyön edettyä pidemmälle.

Puurakentamisen markkina on vielä melko pieni ja erilaiset toteutustavat ja liiketoimintamallit jakavat sitä edelleen pienempiin osamarkkinoihin. Tästä syystä puurakentamisessa korostuu muuta rakentamista selkeämmin markkinatilanteen merkitys. Puurakentamiseen erikoistuneita palveluntuottajia on vielä suhteellisen vähän ja nämäkin ovat usein pieniä tai keskisuuria yrityksiä. Lisäksi puurakentamisen suunnitteluosaaminen rajoittaa puurakennushankkeiden toteuttamista verrattuna esimerkiksi betonirakentamiseen.

Markkinavuoropuheluja ei kannata siksi rajoittaa pelkästään markkinakartoituksiin tai urakkakilpailuihin, vaan aihetta kannattaa ajatella osana hankkeen kaikkia vaiheita - aina hankkeen alun tarveselvityksistä ja hankesuunnittelun käynnistämisestä aina valmiin hankintaprosessin ja hankinta-asiakirjojen kommentointiin asti.

1.2 Puurakentamisen markkinoiden hyödyntäminen

Hankintayksikön näkökulmasta markkinavuoropuhelussa on kyse markkinoiden paremmasta hyödyntämisestä ja kilpailun edistämisestä. Vastakkaisesta näkökulmasta markkinavuoropuhelu on myös palveluntuottajille keino selvittää paremmin hankintayksikön tavoitteita ja tarpeita sekä tarjota niihin sopivia ratkaisuja. Markkinavuoropuhelua kannattaa etenkin puurakennushankkeissa käydä riittävän ajoissa – mielummin liian aikaisin kuin liian myöhään.

Puurakentamista suunnittelevien hankintayksiköiden kannattaa jo hankkeita suunniteltaessa ottaa tavoitteekseen markkinoiden täysimääräinen hyödyntäminen. Markkinavuoropuhelua kannattaa hyödyntää esimerkiksi omien **hankkeiden markkinointiin, tarjoajien ja palveluiden sekä erilaisten ratkaisuvaihtoehtojen ja toteutustapojen selvittämiseen, riskien hallintaan ja ylipäätään monenlaiseen dialogiin alan toimijoiden kanssa.**

Markkinavuoropuhelujen keskeisenä tavoitteena tulee olla suunnitelluista hankkeista tiedottaminen ja niiden markkinointi.

Markkinavuoropuhelut ja -kartoitukset ovat keino alan toimijoiden ja näiden tuottamien palveluiden selvittämiseksi - keitä markkinoilla toimii ja mitä eri toimijat voivat tarjota. Hankintayksikön ei kannata suunnitella sellaista ratkaisua, jota markkinoilla ei ole tarjolla tai jonka toteuttaminen tulee liian kalliiksi.

Aikainen tiedottaminen mahdollistaa alan toimijoiden osallistumisen jo hankeprosessien suunnitteluvaiheessa.

Samalla se tarjoaa palveluntuottajille aikaa tarjouskilpailuun valmistautumiseen ja esimerkiksi mahdollisten kumppaneiden hakemiseen. Aikainen tiedottaminen ja markkinointi parantavat hankintayksiköiden mahdollisuuksia hankkeiden ja niiden hankintojen suunnittelussa sekä niitä koskevien tarjouskilpailujen läpiviennissä. Hankintayksiköiden näkökulmasta kyse on myös kilpailun edistämisestä.

Suunnittelun edetessä markkinavuoropuhelut voivat mahdollistaa erilaisten toiminnallisten ja teknisten ratkaisujen ja toteutustapojen vertailun.

Samalla mahdollistuvat parhaiden käytäntöjen jakaminen sekä osapuolten välinen tiedonvaihto ja oppiminen. Parhaimmillaan markkinavuoropuhelu voi olla vuorovaikutteinen prosessi, jossa sen osapuolet sparraavat toisiaan. Toki tilaajien tulee tunnistaa myös kilpailutilanne ja eri yritysten erilaiset intressit.

Markkinavuoropuhelu tarjoaa apua myös riskien hallintaan.

Hankintojen suunnittelun riskit liittyvät yleensä markkinoiden toimivuuteen ja hankintaprosesseihin, hankinnan sisällön määrittelyyn sekä tarjoajien soveltuvuusvaatimuksiin ja tarjousten vertailuperusteisiin. Näitä kaikkia on mahdollisuus koeponnistaa markkinavuoropuhelun keinoin.

Markkinavuoropuhelu on parhaimmillaan sen osapuolten välistä dialogia, joiden osapuolilla on yhteinen intressi.

Markkinavuoropuhelu toimii parhaiten silloin, kun sen osapuolet pystyvät rakentamaan keskinäistä luottamusta ja kun osapuolet ovat valmiita tekemään yhteistyötä, kuuntelemaan ja antamaan palautetta toisilleen. Tällaisen luottamuksen rakentamisessa auttavat parhaiten eri osapuolten vilpittömyys, avoimuus ja toiminnan läpinäkyvyys sekä jo hankintalain perustana oleva eri osapuolten tasapuolinen ja syrjimätön kohtelu.

Laajemmin tarkasteltuna markkinavuoropuhelua kannattaa tarkastella koko toimialan yhteisenä prosessina.

Miten hankintayksiköt voivat kertoa etukäteen omista hankkeistaan, kuinka hyödyntää eri osapuolten osaamista ja kokemusta, miten parantaa jokaista projektia ja tätä kautta koko toimialan tuottavuutta ja laatua.

Markkinavuoropuhelujen juridinen perusta

2.1 Markkinavuoropuhelut ja hankintalaki

Julkisia hankintoja ohjaa hankintalaki, joka ei juurikaan ota kantaa markkinavuoropuhelujen järjestämiseen. Sen sijaan hankintalaissa puhutaan markkinakartoituksesta.

Hankintalain 65 §:ssä säädetään markkinakartoituksesta (pykälä perustuu hankintadirektiivin 40 artiklaan). Lainkohdan 1. momentin mukaan ”Ennen hankintamenettelyn aloittamista hankintayksikkö voi tehdä markkinakartoituksen hankinnan valmistelua varten ja antaa tietoa toimittajille tulevaa hankintaa koskevista suunnitelmistaan ja vaatimuksistaan.”

Hankintalain 61 §:ssä säädetään lisäksi ennakkoilmoittamisesta: ”Ennakkoilmoituksella voidaan tiettyjen ehtojen täytyessä lyhentää tarjousaikoja, mutta samaa ennakkoilmoituslomaketta voidaan käyttää myös hankinnasta tiedottamiseen.”

Hallituksen esityksen HE 108/2016 (hallituksen esitys eduskunnalle hankintamenettelyä koskevaksi lainsäädännöksi) mukaan markkinakartoituksella tarkoitetaan yleisesti kaikkea sitä markkinoilla olevaa tietoa, jota hankintayksikön on mahdollista saada ja hyödyntää hankintaa suunnitellessaan. Markkinakartoitusta ei siis ole määritelty tyhjentävästi hankintalaissa eikä sen esitöissä.



Hallituksen esityksen mukaan hankintayksikkö voi käyttää erilaisia keinoja ja muotoja markkinakartoituksen toteuttamiseen. Tällaisina keinoina mainitaan:

Tietopyynnön esittäminen internet-osoitteessa www.hankintailmoitukset.fi (HILMA), jossa hankintayksikkö pyytää kyseisen alan toimittajia käymään vapaamuotoista dialogia sen kanssa hankinnan kohteesta ja sen määrittelystä.

Kutsun esittäminen HILMAssa tarkempaan tekniseen vuoropuheluun.

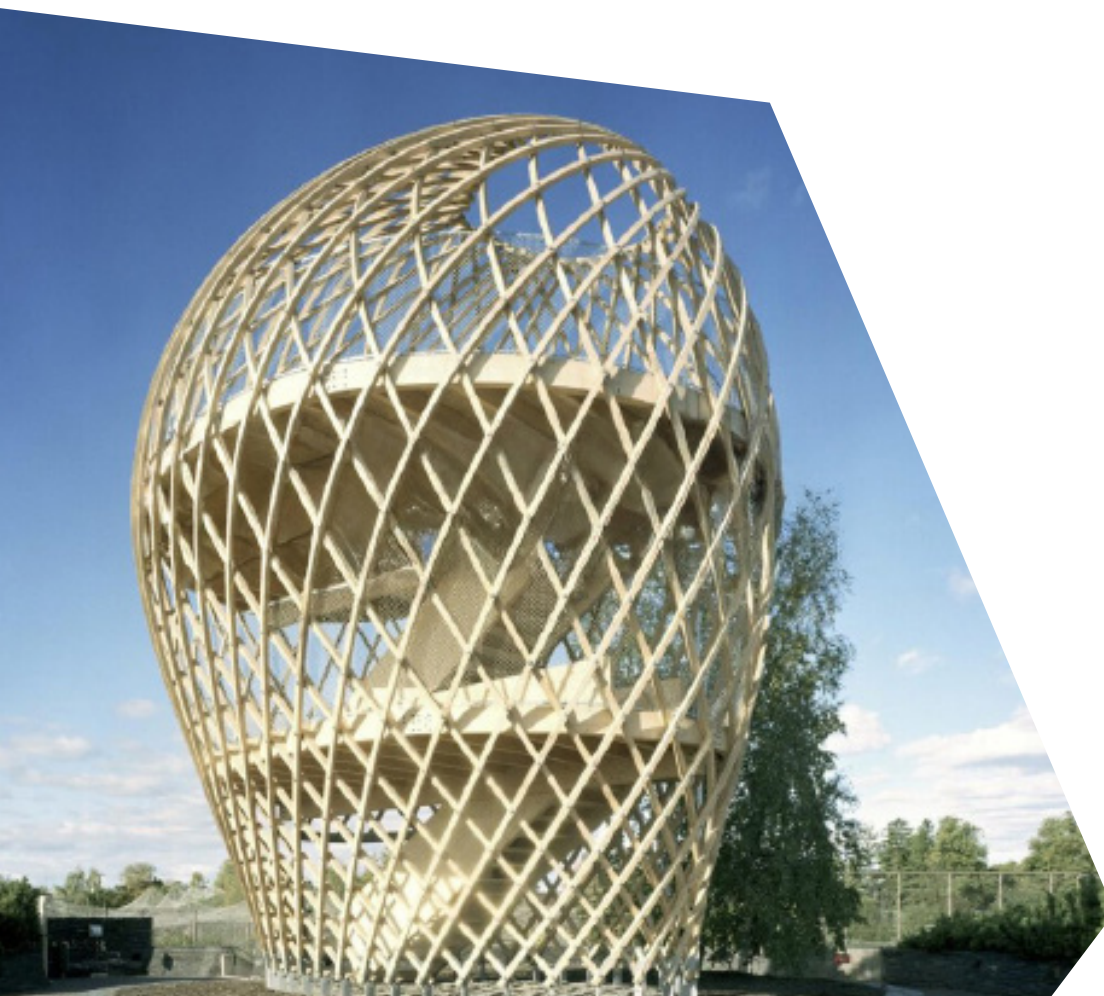
Markkinoilla olevien vaihtoehtojen selvittäminen itsenäisesti hankintayksikön toimesta.

Toimittajien kutsuminen esittelemään tuotteitaan hankintayksikölle.

Markkinakartoituksen aikana tai sen osana hankintayksikkö voi antaa tietoja toimittajille hankintaa koskevista suunnitelmistaan ja vaatimuksistaan, joten markkinakartoitus ei ole ainoastaan yksipuolista toimintaa, jossa hankintayksikkö hankkii tietoa markkinoista.

Hallituksen esityksen mukaan markkinakartoituksen tarkoituksena on yleensä lisätä hankintayksikön markkinatuntemusta ja saada tarkempi käsitys siitä, miten hankinnan kohde kannattaisi tarjouspyynnössä määritellä.

Selvittää voi esimerkiksi sitä, minkälaisia sopimusehtoja tai tuotteiden hinnoittelumekanismia tietyllä alalla esiintyy. Markkinakartoituksesta saatujen tietojen perusteella hankintayksikkö voi myös harkita sitä, millä menettelyllä hankinta kannattaa kilpailuttaa tai millaisista osista hankittava kokonaisuus koostuisi.



2.2 Kilpailun vääristämistä koskeva sääntely

Hankintalaissa säädetään myös hankintayksiköiden markkinakartoituksissa käyttämien konsulttien roolista ja tehtävistä suhteessa hankintoihin.

Hankintalain 65 §:n 2. momentin mukaan ”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.

Hallituksen esityksessä mainitaan vielä, että vakiintuneen oikeuskäytännön mukaan tarjoajan osallistuminen tarjouskilpailun valmisteluun tai muu hankintayksikön avustaminen hankintamenettelyssä saattaa vaarantaa hankintamenettelyn avoimuuden tai tarjoajien tasapuolisen ja syrjimättömän kohtelun periaatteiden toteutumisen. Periaatteiden toteutumisen vaarantuminen on kuitenkin arvioitava kunkin yksittäistapauksen erityispiirteet huomioiden.

Hankintalain 66 §:ssä säädetään lisäksi ehdokkaan tai tarjoajan osallistumisesta hankinnan valmisteluun: Jos ehdokas, tarjoaja tai tarjoajaan liittyvä yritys on osallistunut hankinnan valmisteluun, on hankintayksikön varmistettava, että tämä ei vääristä kilpailua. Hallituksen esityksessä korostetaan sitä, että hankintayksikön on varmistettava, ettei mikään hankinnan valmisteluun osallistunut taho saa sellaista etulyöntiasemaa, joka johtaisi hankintamenettelyssä tasapuolisen ja syrjimättömän kilpailutilanteen vaarantumiseen.

Tällä perusteella hankintayksikkö voi käyttää ulkopuolisia konsultteja tai asiantuntijoita, kysyä neuvoja toiselta hankintayksiköltä tai käyttää apuna alan toimittajia. Tällöin on kuitenkin varmistettava ettei mukana oleva taho pääse liikaa vaikuttamaan esimerkiksi siihen, miten hankinnan kohde kuvataan tarjouspyynnössä. Tämä saattaa johtaa kilpailun vääristymiseen tai avoimuuden ja syrjimättömyyden periaatteiden vastaiseen menettelyyn.

Tällainen varmistustoimenpide on hankintadirektiivin 41 artiklan mukaan muun muassa sellaisen tiedon antaminen muille ehdokkaille, jonka hankinnan valmisteluun osallistunut taho on saanut hankinnan valmistelussa.

Tarkoituksena on saattaa kaikki ehdokkaat ja tarjoajat tiedollisesti samalle tasolle kuin valmisteluun osallistunut yritys. Varmistustoimenpide olisi myös se, että tarjousten jättämiseen annetaan riittävästi aikaa niin, että kaikilla ehdokkailla ja tarjoajilla on mahdollisuus valmistella osallistumishakemuksensa tai tarjouksensa samojen tietojen pohjalta.

Paras tapa välttää ongelmia on avoin ja läpinäkyvä toiminta ja markkinavuoropuheluiden ilmoittaminen HILMAssa tarkoitukseen käytettävänä tietopyyntönä tai ennakoilmoituksena.

2.3 Tasapuolisuus ja syrjimätön kohtelu

Hankintalain 3 §:n 1. momentissa määritetään julkisissa hankinnoissa noudatettava periaate: Hankintayksikön on kohdeltava hankintamenettelyn osallistujia ja muita toimittajia tasapuolisesti ja syrjimättömästi sekä toimittava avoimesti ja suhteellisuuden vaatimukset huomioon ottaen.

Hankintalain periaatteen tulisi ohjata myös markkinavuoropuhelujen järjestämistä. Vaikka hankintalaissa ei tosiasiaa säädetä mitään hankintayksikön ja näiden potentiaalisten tarjoajien vuoropuhelusta ennen hankintaa, kannattaa myös kahdenkeskisissä keskusteluissa ottaa huomioon hankintalain periaatteet potentiaalisten tarjoajien tasapuolisesta ja syrjimättömästä kohtelusta.

2.4 Esimerkkejä oikeuskäytännöstä

Hankintalain 146 §:ssä käsitellään muutoksenhaun kohdetta ja sitä koskevia rajoituksia. Pykälän 2 momentin 1 kohdan mukaan markkinaoikeuden käsiteltäväksi valituksella ei voida saattaa hankintayksikön sellaista päätöstä tai muuta ratkaisua, joka koskee yksinomaan hankintamenettelyn valmistelua.

Markkinakartoitus on osa hankinnan valmistelua, joten siihen liittyviä ratkaisuja ei voi riitauttaa erillisenä asiana. Oikeustapauksissa markkinakartoitus tulee siis käsitellyksi niiden ratkaisujen yhteydessä, joita hankintayksikkö on myöhemmin hankintamenettelyn aikana tehnyt.

MAO:H203/2022

Tapauksessa valittaja esitti, että tarjoajien tasapuolinen ja syrjimätön kohtelu ei ole toteutunut hankintamenettelyssä, kun markkinavuoropuhelusta ei ollut julkaistu ilmoitusta eikä valittaja päässyt osallistumaan markkinavuoropuheluun.

Hankintayksikkö esitti, että se oli toimittanut kutsun markkinavuoropuheluun kolmelle alan toimijalle, jotka edustivat kolmea eri hankittavan tuotteen valmistajaa. Kutsu esitettiin myös valittajan edustamalle laitemerkille. Kutsuihin saatujen vastausten perusteella markkinavuoropuhelut toteutettiin kahden eri yrityksen edustajien kanssa.

Markkinaoikeus totesi ratkaisun perusteluissaan, että markkinakartoituksessa hankintayksikkö voi käyttää erilaisia keinoja ja muotoja, eikä hankintalaki edellytä ilmoituksen julkaisemisesta markkinakartoituksesta tai määrittele sitä, keiden kaikkien tahojen kanssa markkinakartoitusta on käytävä.

Siten se, että tarjoaja on osallistunut markkinakartoitukseen tai ei ole siihen osallistunut, ei vielä sellaisenaan tarkoita kilpailun vääristymistä. Kysymyksessä olevaa markkinakartoitusta ei ollut siten pidettävä valittajan esittämällä tavalla hankintasäännösten vastaisena.

KHO:2017:152

Tapaukseen on sovellettu julkisista hankinnoista annettua lakia (348/2007), jolloin markkinakartoituksesta ei vielä ollut omaa pykälää. Tapauksessa korkein hallinto-oikeus ottaa kuitenkin kantaa tasapuoliseen ja syrjimättömään kohteluun, joten sitä voidaan tarkastella myös nykyisen hankintalain voimassaollessa.

Tapauksessa valittaja piti hankintayksikön asettamia vertailuperusteita syrjivinä sillä perusteella, että osa laadullisiksi vertailuperusteiksi asetetuista teknisistä lisäominaisuuksista oli patentilla suojattuja, jolloin muiden kuin voittaneen tarjoajan ei ollut mahdollista tarjota kyseisiä lisäominaisuuksia. Lisäominaisuuksissa ei kuitenkaan ollut viitattu tiettyyn patenttiin tai patenttihakemukseen, vaan tarjouspyynnössä kuvattiin tekniikkaa, joka on hankinnan kannalta olennaista ja joka on ollut tarjoajien saatavilla esimerkiksi lisenssin perusteella.

Ennen hankintailmoituksen julkaisemista hankintayksikkö järjesti hankinnasta markkinakartoituksen, jolla se keräsi tietoa hankittavan tuotteen uusimmista ominaisuuksista. Sekä valittaja että kilpailutuksen voittanut taho osallistuivat markkinakartoitukseen.

Päätöksessään korkein hallinto-oikeus katsoi, ettei tarjouspyyntöä voida lähtökohtaisesti pitää sillä perusteella tarjoajia syrjivänä, että siihen on sisällytetty hankintayksikön markkinakartoituksen avulla alan toimijoilta selville saamia hankinnan kohteen teknistä toteutusta edistäviä vertailuperusteita. Ratkaisun mukaan hankintayksikön ei tarvitse muuttaa vaatimuksiaan vain siksi, että markkinoilla on vain pieni määrä tarjoajia, jotka pystyvät tarjoamaan vaatimuksia vastaavaa tuotetta. Samoin asiaa arvioi markkinaoikeus.

MAO:771/14

Voittanut tarjoaja oli ennen lopullisten tarjouspyyntöasiakirjojen laatimista toimittanut hankintayksikölle aikaisempaan vastaavaan hankintaan liittynyttä materiaalia. Hankintayksikkö on ilmoituksensa mukaan laatinut tarjouspyyntöasiakirjat ainakin osaksi mainittujen voittaneen tarjoajan sille toimittamien asiakirjojen pohjalta.

Päätöksessään markkinaoikeus totesi, että toiminta on ollut omiaan vaarantamaan avoimuuden periaatteen toteutumisen sekä tarjoajien tasapuolisen ja syrjimättömän kohtelun. Hankintayksikön menettely ei siten tältä osin ole ollut hankintasäännösten mukaista.

Markkinaoikeus myös totesi perusteluissaan, että kyseessä on ollut kokonaisarvoltaan erittäin huomattava hankinta, joten asiakirjoja toimittaneella ja hankintamenettelyn voittaneella tarjoajalla on ollut kysymyksessä olevassa hankintamenettelyssä merkittävä ja välitön taloudellinen intressi.

MAO:15/20

Tapauksessa valittaja on esittänyt, että voittaneeseen ryhmittymään kuulunut yritys on osallistunut hankintamenettelyn valmisteluun ja vaikuttanut tarjouspyynnön vaatimuksiin, mikä on johtanut syrjimiseen. Syrjivyyden osoituksena valittaja on esittänyt muun ohella sen, että kyseessä olevan hankintamenettelyn tarjouspyyntö on poikennut aiemmista samojen hankintayksiköiden hankintamenettelyjen tarjouspyynnöistä.

Valittajan mukaan tarjouspyyntöasiakirjoja on muutettu aiemmin keskeytettyyn hankintamenettelyyn nähden voittanutta ryhmittymää suosiviksi. Hankintayksiköt esittivät, että ne ovat käyneet markkinavuoropuhelua kaikkien tarjouskilpailuun osallistuneiden yritysten kanssa, ja että myös valittajan esittämiä toiveita on otettu huomioon tarjouspyyntöasiakirjoissa.

Markkinaoikeuden päätöksen mukaan tarjouspyyntöasiakirjojen poikkeamista aiemmin samojen hankintayksiköiden toteuttamien hankintamenettelyjen tarjouspyyntöihin nähden ei voitu pitää sellaisina osoituksina, että voittaneen ryhmittymän neuvojen käyttäminen olisi johtanut kilpailun vääristymiseen tai syrjimättömän ja tasapuolisen kohtelun periaatteiden vastaiseen menettelyyn.

Markkinakartoituksen tarkoituksen huomioiden on luonnollista, että tarjouspyynnössä olevat vaatimuksen ja määrittelyt muuttuvat aiempiin hankintayksikön hankintoihin nähden.

Markkinavuoropuhelujen hyödyntäminen puurakentamisessa

3.1 Markkinavuoropuhelu osana hankinnan suunnittelua

Hankintalain mukaan markkinakartoitus on osa hankinnan suunnittelua ja se toteutetaan ennen varsinaisen hankintamenettelyn aloittamista. Markkinavuoropuhelua ei kuitenkaan pidä tarkastella pelkästään markkinoiden selvittämisen näkökulmasta vaan mielummin koko hankkeen suunnittelun, hankinnan kohteen määrittelyn ja koko hankeprosessin läpiviennin kautta. Viime kädessä kyse on markkinoiden hyödyntämisestä: Miten suunnitella hankintayksikön tavoitteet parhaiten toteuttava ratkaisu ja miten toteuttaa sen suunnittelu ja toteutus julkisena hankintana?

Markkinavuoropuhelua ei myöskään pidä rajoittaa pelkästään hankkeen potentiaalisiiin suunnittelijoihin tai urakoitsijoihin, vaan etenkin puurakentamisessa markkinavuoropuhelua kannattaa käydä myös puuosatoimittajien kanssa. Markkinavuoropuheluun voi olla perusteltua osallistaa myös muita toimijoita ja sidosryhmiä, kuten esim. tutkimuslaitoksia ja alan järjestöjä.

Käytännössä markkinoiden hyödyntämistä kannattaa tarkastella aina osana koko hankkeen suunnittelua, miten hyödyntää markkinavuoropuhelua, markkinoita ja alan toimijoita hankkeen tavoitteiden, sisällön sekä toiminnallisten ja teknisten ratkaisujen määrittelyssä sekä toteutustapojen ja toteutusmuodon valinnassa tai hankintojen suunnittelussa hankkeen eri vaiheissa.

Markkinavuoropuhelua voi tarvittaessa käydä useampaankin kertaan hankkeen aikana, mutta sitä on aina järkevämpää hyödyntää etukäteen. Tämä auttaa yleensä hahmottamaan paremmin koko hankeprosessia. Ja vaikka puurakentamisessa korostuu vaatimus perinteistä rakentamista pidemmälle vietävästä suunnittelusta, hankintoja ei pidä suunnitella perustuen liian pitkälle vietyihin suunnitelmaratkaisuihin.



3.2 Markkinavuoropuhelun hyödyntäminen projektin eri vaiheissa

01 Kaavoitus

Markkinavuoropuhelua on mahdollista hyödyntää jo kaavoituksessa. Hankintayksikkö voi pyytää alan toimijoilta näkemyksiä puurakentamisen edistämiseksi jo kaavoituksen alkuvaiheessa. Tässä vaiheessa vuoropuhelua voi olla perusteltua käydä mm. alueen kaavoittamisen tavoitteista, palveluista, saavutettavuudesta, rakennusoikeuden määrästä ja käyttötarkoituksesta, rakennusten sijainnista, koosta ja pohjaratkaisuista sekä materiaalien käytöstä.

Kaavamääräysten lisäksi vuoropuhelua voi käydä myös alueen rakentamisen toteuttamisesta, rakentamisen järjestyksestä, rakennusoikeuden luovuttamisesta sekä julkisen rakentamisen ja yksityisen rakennusoikeuden yhdistämisestä. Yksittäisiä tontteja kaavoitettaessa kaavaprosessin voi perustaa myös suunnittelukilpailun tuloksiin tai suunnittelun ja toteutuksen sisältävän hankinnan tarjouksiin.

02 Tarveselvitys ja hankesuunnitteluvaihe

Tarveselvitys- ja hankesuunnitteluvaiheessa markkinavuoropuhelua voidaan käyttää jo hankkeen tavoitteiden ja reunaehtojen tai tarvittavien lähtötietojen määrittelyyn, suunniteltavan kohteen toiminnallisten tai teknisten tavoitteiden selvittämiseen tai erilaisten ratkaisuvaihtoehtojen ja näiden toteutusmahdollisuuksien kartoittamiseen.

Hankinnan tavoitteiden määrittelemiseksi hankintayksikkö voi selvittää alan toimijoilta, mitä mahdollisuuksia ja hyötyjä puurakentaminen tarjoaa esim. vastuullisuustavoitteiden saavuttamiseksi ja millaisia tavoitteita sille voidaan asettaa. Hankintayksikkö voi myös kertoa toimittajille omista tarpeistaan ja odotuksistaan sekä pyytää heiltä palautetta ja ideoita.

Hankinnan kohteen toiminnallisten vaatimusten ja toteutustavan selvittämiseksi hankintayksikkö voi kysyä toimittajilta ratkaisuja palvelun toteuttamiseksi tai minkälaisia ratkaisuja tai innovaatioita toimittajat voivat tarjota, ja miten niitä voisi arvioida.

Laajimmin markkinavuoropuhelua voi tarveselvitys- tai hankesuunnitteluvaiheessa hyödyntää jo pelkästään puurakentamisen markkinoiden ja alan toimijoiden sekä jo toteutettujen tai käynnissä olevien hankkeiden kartoittamiseen. Tässä tarkoituksessa kyse voi olla enemmänkin markkinakartoituksesta, tiedon hankinnasta tai benchmarkingista.

03 Toteutusmuodon valinta

Hankkeen toteutusmuodon valinta tulee etenkin puurakennuskohteissa tunnistaa koko hankkeen suunnittelua ohjaavaksi ratkaisuksi. Toteutusmuodossa on kyse suunnitteluprosessin ja urakkamuodon valinnan lisäksi siitä, kuka vastaa suunnitelmista ja viedäänkö hanke läpi lineaarisesti vaiheittain vai suunnittelua ja rakentamista limittäen. Toteutusmuodon valintaa tulee tarkastella vaihtoehtoisina tapoina toteuttaa hanke. (Puurakentamisen opas 2022)

Toteutusmuoto määrittää paitsi työnjaon rakennushankkeeseen ryhtyvän, rakennuttajan, suunnittelijoiden, rakennusliikkeen ja muiden toimittajien välillä, myös osapuolten tehtävät ja vastuut, suhteet ja osallistumisen muodot sekä riskien ja hyötyjen jakamisen periaatteet. Toteutusmuodon valintaan vaikuttavia tekijöitä ovat mm. hankkeen tavoitteet ja reunaehdot, hankinnan kohde, tilaajan resurssit ja osaaminen sekä päätöksentekoprosessi ja markkinatilanne. (Puurakentamisen opas 2022)

Toteutusmuodot voi jakaa kokonaisurakkamuotoihin (KU, pää- ja sivu-urakat), suunnittelun ja rakentamisen sisältäviin urakkamuotoihin (KVR, ST), projektijohtourakkamuotoihin (PJU, PJP ja PJK) sekä integroiviin toteutusmuotoihin (IPT, projektialianssi).

Toteutusmuoto tulee etenkin puurakentamisen kehittyvillä markkinoilla päättää ajoissa. Liian pitkälle viedyt suunnitteluratkaisut rajaavat helposti tarjoajien määrää ja kaventavat tätä kautta kilpailua. Tästä syystä toteutusmuodon valinnassa kannattaa pääsääntöisesti aina hyödyntää jonkinlaista markkinavuoropuhelua selvittämällä alan toimijoita ja näiden näkemyksiä hankkeen suunnittelun ja toteuttamisen ratkaisuvaihtoehdoista.

Parhaana esimerkkinä on suunnittelukilpailun käyttö. Jos hankkeesta järjestetään hankintalain 54 §:n mukainen suunnittelukilpailu, tulisi tästä tehdä päätös jo tarveselvitysvaiheen päättyessä. Vaihtoehtoisesti, jos hanke päätetään toteuttaa kokonaisvastuu-urakkana (KVR), se voidaan kilpailuttaa valmiilla luonnossuunnitelmilla tai hankkeen suunnitelmat voidaan teettää osana tarjouskilpailua. Jos taas valitaan allianssimalli, hanke voidaan suunnitella vasta sen kehitysvaiheessa sen jälkeen, kun tilaaja on ensiksi kilpailuttanut kaikki projektin sopimusosapuolet.

04 Luonnos- ja yleissuunnittelu sekä rakennesuunnittelu

Luonnos- ja yleissuunnitteluvaiheeseen eteneminen rajaa markkinavuoropuhelujen hyödyntämistä jo suunnittelun etenemisen takia enemmänkin hankkeen toiminnallisten, teknisten tai taloudellisten vaatimusten, ratkaisujen tai mahdollisuuksien selvittämiseen. Tässä vaiheessa on kyse jo rakennuksen arkkitehtonisen, rakenteellisen ja taloteknisen suunnittelun perusratkaisujen tai näiden teknisten yksityiskohtien suunnittelusta.

Luonnossuunnittelun alkuvaiheessa markkinavuoropuhelua kannattaa hyödyntää nimenomaan hankkeiden toiminnallisten ja teknisten vaatimusten määrittelyyn tai erilaisten vaatimusten, ratkaisujen tai mahdollisuuksien selvittämiseen. Hankintayksikkö voi kysyä toimittajilta, minkälaisia ratkaisuja kohteeseen tulisi suunnitella, mistä markkinoilla on kokemuksia ja tai mitä markkinoilla on tarjota.

Kun suunnittelu etenee kohti rakennuslupavaihetta tai rakennussuunnittelua, markkinavuoropuhelujen järjestämisessä kannattaa keskittyä jo enemmän hankinnan suunnittelua ja / tai toteuttamisen kilpailuttamista koskeviin asioihin.

05 Hankinnan suunnittelu

Tässä vaiheessa keskeisimpinä selvitettäviä asioita ovat hankintaprosessi, tarjoajien valintaprosessi, hankintamenettelyn valinta sekä hankinta- ja sopimusasiakirjojen soveltaminen.

Hankinnan suunnittelemiseksi hankintayksikön kannattaa selvittää tarjoajien näkemyksiä mm. markkinatilanteesta ja sen vaikutuksista hankinta-aikatauluun. Kannattaa myös kartoittaa kartoittaa palveluntuottajien ja hankintamenettelyn valintaa sekä sitä, kilpailutetaanko hankkeeseen yksittäisiä yrityksiä vai yritysten muodostamia ryhmittymiä.

Erityisesti kilpailutettaessa ryhmittymiä, esim. arkkitehti-, rakenne- ja taloteknistä suunnittelua yhdessä, tulee selvittää myös markkinatilanne ja toimijakenttää, jottei kilpailuttaminen rajaa sitä liian pieneksi ja jotta yrityksille jää riittävästi aikaa tarjouskilpailuun valmistautumiseen.

Hankintamenettelyn valinnassa on kyse hankintalain mukaisten hankintatapojen valinnasta: kilpailutetaanko toimijat avoimella tai rajoitetulla menettelyllä, neuvottelumenettelyllä tai kilpailullisella neuvottelumenettelyllä tai poikkeustapauksissa innovaatiokumppanuutena. Suunnittelukilpailun käyttö on yleensä tässä vaiheessa jo liian myöhäistä ja suora hankinta ilman kilpailuttamista on julkisissa hankinnoissa mahdollista vain hankintalain 40 §:ssä kerrotuin poikkeuksin.

Hankintamenettelystä kannattaa yleensä aina käydä jonkinlaista vuoropuhelua, koska se määrittää paitsi tarjoajien kilpailuttamisen periaatteita, myös tarjoajien aikataulua ja resursointia ja vaikuttaa tätä kautta myös tarjoushalukkuuteen.

Hankinta- ja sopimusasiakirjoja suunniteltaessa markkinavuoropuheluissa on yleensä myös perusteltua selvittää tarjouspyynnön sisältöön liittyviä vaatimuksia, tarjoajien vähimmäisvaatimuksia ja valintaperusteita sekä tarjousten sisältövaatimuksia ja vertailuperusteita. Erityistä huomiota tulisi kiinnittää tarjoajien soveltuvuusvaatimuksiin, koska näillä tosiasiaa rajataan tarjoajien määrää ja niiden täyttymisen arviointi johtaa hyvin usein tulkintaerimielisyyksiin.

Soveltuvuusvaatimusten asettamisessa, erityisesti yritys- ja henkilöreferenssivaatimuksissa, tulisi pyrkiä hankintaa tukeviin ja tarkoituksenmukaisiin rajauksiin. Vähimmäisvaatimuksia ei pidä asettaa liian tiukiksi, jotteivät ne rajaa kilpailua liikaa. Hankintayksiköt asettavat hyvin usein oman hankkeensa kannalta liian spesifisiä vaatimuksia, vaikka monipuolinen kokemus ja osaaminen olisi hyödyllisempää. Tyypillisiä esimerkkejä ovat vaatimukset liian monesta jo toteutetusta puurakennuskohteesta tai vaatimus kilpailullisen neuvottelumenettelyn käytöstä.

Soveltuvuusvaatimuksista, hankinnan kohteen ja tarjousten sisällön määrittelystä sekä tarjousten vertailuperusteista voi olla perusteltua käydä keskustelua etukäteen tai ainakin selvittää markkinatilannetta sen suhteen, miten tarjoajat pystyvät näihin vaatimuksiin vastaamaan.

Tarjouspyynnön rinnalla tähän vaiheeseen liittyvät myös käytettävät sopimukset ja muut sopimusehdot. Vaikka rakennushankkeiden sopimusehdot valikoituvat käytännössä jo toteutusmuotoa valittaessa, niiden yksityiskohdissa saattaa olla paljonkin neuvoteltavaa. Jos hankintayksiköllä on tarve poiketa alan yleisistä sopimusmalleista tai sopimusehdoista (YSE, KSE) tai laatia kokonaan uudenlaisia sopimuksia, näistä on yleensä hyvä keskustellut potentiaalisia tarjoajia etukäteen.

Kaavoitus	Tarveselvitys- ja hankesuunnittelu	Toteutusmuodon valinta	Luonnos- ja yleissuunnittelu	Hankinnan suunnittelu
Kaavaprosessi	Tavoitteet ja reunaehdot	Suunnittelun ja toteutuksen toteutustavat	Tekniset vaatimukset	Hankintaprosessi
Tavoitteet	Lähtötiedot			Tarjoajien valinta
Käyttötarkoitus		Vaihtoehtoiset toteutusmuodot	Arkkitehtoniset, rakenteelliset ja talotekniset ratkaisut	Hankintamenettely
Rakennusoikeus	Toteutustavat ja -ratkaisut	Markkinatilanne	Bechmarkkaus	Tarjoajien soveltuvuusvaatimukset ja valintaperusteet
Rakennusten sijainti, koko, pohjat ja materiaalit	Toiminnalliset vaatimukset	Tarjoushalukkuus	Tarjottavat tekniset ratkaisut	Tarjousten sisältövaatimukset ja vertailuperusteet
Puurakentamisen edellytykset ja mahdollisuudet	Benchmarkkaus			
	Potentiaaliset tarjoajat			
Suunnittelu- tai tarjouskilpailuun perustuva kaavoitus	Tarjottavat toiminnalliset ratkaisut			Sopimusehdot
				Markkinatilanne
				Tarjoushalukkuus

3.3 Markkinavuoropuhelun eri muodot

Markkinavuoropuhelun muoto ja laajuus riippuvat aina myös hankinnan kohteesta, sen tavoitteista, toiminnallisista ja teknisistä vaatimuksista sekä hankintayksikön markkinatuntemuksesta, resursseista ja osaamisesta. Koska hankintalaissa ei ole säädetty markkinavuoropuhelujen muotovaatimuksia, markkinavuoropuhelua voi toteuttaa hyvin monella eri tavalla, esimerkiksi:

1. **Markkinakartoituksin, tietopyynnöin ja kyselyin**
2. **Markkinainfoina ja ennakkoilmoituksin**
3. **Kahdenkeskisinä tapaamisina ja projektivierailuina**
4. **Kehitystyöpajoina tai yhteisinä kehitysprosesseina**

Markkinakartoitukset

Markkinakartoituksella tarkoitetaan selvitystä, jolla hankintayksikkö selvittää markkinoilla olevia eri vaihtoehtoja ja ratkaisuja hankinnan kohteeseen liittyen. Markkinakartoituksen tavoitteena on tyypillisesti lisätä hankintayksikön markkinatuntemusta, selvittää tarjolla olevia vaihtoehtoja tai ratkaisuja sekä selvittää potentiaalisia tarjoajia ja heidän tarjoushalukkuuttaan. Näin löydetään keinoja hankintaan varattavan rahoituksen käytölle.

Markkinakartoitusta voi tehdä itsenäisesti etsimällä tietoa eri lähteistä, konsultoimalla muita hankintayksiköitä, käyttämällä markkinakartoituksia tekeviä palveluntuottajia tai järjestämällä kahdenkeskisiä tapaamisia palveluntuottajien kanssa.

Markkinakartoituksia voi toteuttaa esim. tietopyynnöin, pyytämällä alan toimijoilta näkemyksiä, ehdotuksia tai esimerkkejä tai erilaisin sähköisin kyselyin. Hankintaportalissa ilmoitukset voi julkaista ennakkoilmoituksina.

Markkinainfot

Markkinainfo voi tarkoittaa millaista tahansa, hankkeen missä vain vaiheessa järjestettävää esittelytilaisuutta, jonka tarkoituksena voi olla tiedon jakaminen suunnitteilla olevasta hankinnasta tai jostakin siihen liittyvästä asiakokonaisuudesta. Hankinnoista voi myös tiedottaa pelkästään HILMAssa julkaistavin ennakkoilmoituksin.

Markkinainfoissa kannattaa yleensä eritellä jo päätetyt ja mahdolliset markkinavuoropuhelussa selvitettävät asiat. Vaikka infon tai tiedotustilaisuuden tarkoituksena on yleensä tiedon jakaminen, voi siihen liittyä myös muuta vuorovaikutusta, ohjattua keskustelua tai työpajamuodossa ohjattua osallistavaa toimintaa markkinoiden näkemysten selvittämiseksi.

Markkinainfojen haasteena on usein se, että potentiaaliset tarjoajat eivät aina halua keskustella tai tehdä esityksiä toistensa kuullen. Tilaisuuksiin voi tästä syystä yhdistää erilaisia kyselyjä, esimerkiksi yrityksille suunnatun nettikyselyn.

Kahdenkeskeiset tapaamiset

Kahdenkeskisten tapaamisten perusteena voi olla hankintayksikön oma tarve markkinatilanteen tai tarjolla olevien vaihtoehtojen selvittämiseksi tai tarjoajien omaan aktiivisuuteen perustuva toiminta oman yrityksen ja omien palveluiden esittelemiseksi. Jos kahdenkeskisten tapaamisten taustalla on tilaajan tarve ja tarkoituksena jonkun tietyn hankkeen valmistelu, kannattaa tapaamiset järjestää samoin periaattein ja samantyyppisin sisällöin.

Kahdenkeskisten tapaamisten taustalla voi olla myös tutustuminen erilaisiin palveluihin, valmistuneisiin tai valmisteilla oleviin kohteisiin tai ylipäättänsä kahdenkeskiset keskustelut ilman kilpailijoiden läsnäoloa.

Jos hankintayksikkö ei vielä ole käynnistänyt hankintaa, kyseisestä hankkeesta voi ja saa keskustella kenen kanssa tahansa ilman minkäänlaisia sitoumuksia. Julkisissa hankintayksiköissä tällaisissakin tapaamisissa kannattaa pyrkiä avoimuuteen ja läpinäkyvyyteen, joten niistä kannattaa myös ilmoittaa HILMAssa, mikä takaa tarjoajien tasapuolisen ja syrjimättömän kohtelun.

Kehitystyöpajat ja -ohjelmat

Markkinavuoropuheluja voi yksittäisten tilaisuuksien tai tapahtumien sijaan järjestää myös erilaisina prosesseina tai useammasta tapahtumasta muodostuvina kehitysprojekteina. Jos kyseessä on kokonaan uudenlaisen palvelun tai ratkaisun hankinnan suunnittelu (esim. Suomen ensimmäiset allianssihankeet tai energiatehokkuuspalvelut) voi tähän prosessiin osallistaa laajemmin myös muita alan toimijoita tai potentiaalisia tarjoajia. Tällaisia esimerkkejä löytyy esim. Business Finlandin rahoittamista innovatiivisista julkisista hankinnoista sekä RAKLIn hankintaklinikoista.

3.4 Markkinavuoropuheluista ilmoittaminen

Hankintalaissa ei siis säädetä mitään markkinavuoropuheluiden ilmoittamisesta. Mutta koska markkinavuoropuhelu tulisi nähdä osana hankkeen ja sen hankinnan suunnittelua, myös tämän tulisi olla julkista ja ennen kaikkea tasapuolista ja syrjimätöntä. Tästäkin syystä markkinavuoropuheluista kannattaa ilmoittaa HILMAssa. Lisäksi ilmoittaminen takaa laajemman julkisuuden.

Hankintojen ilmoittamista on yhtenäistetty vuonna 2023 koko EU-alueella käyttöön otetuilla eForms-lomakkeilla. Suomessa nämä ilmoitukset on otettu käyttöön jo 1.9.2023. (HILMA 2023). Markkinavuoropuheluista tulee ilmoittaa eri lomakkeilla kansallisissa hankinnoissa (kansallinen ennakoilmoitus / markkinakartoitus) ja EU-hankinnoissa (ennakoilmoitus tai erityisalojen hankinnoissa ohjeellinen kausi-ilmoitus).

Markkinavuoropuhelusta ilmoitettaessa ennakoilmoituksessa tulee kuvata ainakin:

1. **Ilmoituksen yleiset tiedot: ilmoituksen nimi, viite ja kielet**
2. **Hankinnan tiedot: hankintalaji (palvelut, tavarat tai urakat)**
3. **Tilaaajaorganisaatio: nimi ja yhteystiedot**
4. **Hankinnan kohde: kuvaus, ennakoitu arvo, hankintanimikkeistö (CVP-koodi)**
5. **Määräajat: hankintailmoituksen arvioitu julkaisupäivä, hankintaan liittyvien kysymysten määräpäivä**
6. **Muutoksenhakumenettely**



Käytännössä markkinavuoropuhelusta kannattaa ilmoittaa jo ilmoituksen otsikkotiedoissa (esim. markkinavuoropuhelu Esimerkkikunnan puukoulun hankinnasta) ja itse markkinavuoropuhelun kulku tulee kuvata hankinnan kuvauksessa. Kuvaus voi olla täysin vapaamuotoinen, mutta sen tulee olla riittävän informatiivinen.

Kuvauksessa voidaan esittää esimerkiksi:

- 1. Suunnitellun hankinnan tavoitteet ja kohde**
- 2. Hankintayksikön tarve tai markkinavuoropuhelun tarkoitus**
- 3. Markkinavuoropuhelun toteutustapa**
- 4. Ilmoittautumisen tai yhteydenoton periaatteet**
- 5. Määräajat**
- 6. Muut ehdot tai rajoitukset**

Markkinavuoropuheluista ilmoitettaessa on myös syytä huomata, että jos kyse ei ole määräaikojen lyhentämisestä, markkinavuoropuhelusta ilmoittaminen ei vielä sido hankintayksikköä mitenkään. EU-hankinnoissa ennakkoilmoituksia voidaan käyttää myös määräaikojen lyhentämiseen, mikä myös sitoo hankintayksikköä, mutta näihin on uudistuksen jälkeen käytettävä eri lomakkeita.

Ilmoituksissa on myös mahdollista rajoittaa osanottajia esimerkiksi pelkkiin arkkitehtitoimistoihin tai puutuotetoimittajiin.

3.5 Markkinavuoropuhelujen käytännön järjestelyt

Markkinavuoropuhelujen käytännön järjestelyt kannattaa suhteuttaa markkinavuoropuhelun tavoitteisiin ja toteutustapaan. Markkinakartoitukset ja kyselyt voi helposti järjestää sähköisinä ja markkinainfot, kahdenkeskiset tapaamiset tai kehitystyöpajat voi järjestää joko paikan päällä, etäyhteyksin tai hybriditilaisuuksina.

Käytännön järjestelyissä tulee suunnitella ja valmistella esimerkiksi:

- 1. Kohderyhmän valinta ja rajaaminen (yleensä vain livetilaisuuksissa)**
- 2. Tilaisuuksiin ilmoittautuminen (miten, kenelle) ja määräajat**
- 3. Tilat ja yhteydet, mahdollinen opastus tai ohjeistus**
- 4. Tilaisuuden ohjelma ja alustukset**
- 5. Etäosallistujien kalenterivaraukset tai yhteyslinkit**
- 6. Mahdolliset tarjoilut**
- 7. Mahdollinen striimaus tai nauhoitus**
- 8. Tilaisuuksien dokumentointi ja aineistojen jakelu**

Käytännön järjestelyistä kannattaa aina ilmoittaa jo HILMAssa julkaistavassa ennakkoilmoituksessa. Näistä löytyy hyviä esimerkkejä HILMAssa julkaistuista ennakkoilmoituksista.

Markkinavuoropuhelun muodot	Ilmoittaminen	Ilmoitettavat tiedot	Käytännön järjestäminen
Markkinakartoitukset, tietopyynnöt ja kyselyt	Ennakkoilmoitus HILMAssa	Hankkeen nimi	Kohderyhmän valinta
Markkinainfot	Ilmoitus hankintayksikön www-sivuilla	Hankintayksikön tiedot	Ilmoittautumiset
Kahdenkeskiset tapaamiset ja vierailut	Suorat kutsut	Hankinnan kohde	Tilat ja yhteydet
Kehitystyöpajat tai yhteiset kehitys prosessit		Markkina vuoropuhelun tarkoitus	Ohjelma ja alustukset
		Markkina vuoropuhelun toteutustapa	Kalenterivaraukset
		Määräajat	Yhteyslinkit
			Tarjoilut
			Striimaus tai nauhoitus
			Dokumentointi

3.6 Markkinavuoropuheluaineistot

Markkinavuoropuhelujen esitysaineistot ja tulokset kannattaa aina dokumentoida ja liittää tarvittaessa myös tarjouspyyntöaineistoon. Näin voidaan varmistaa se, että sama informaatio on kaikkien tarjoajien käytettävissä.

3.7 Toiminta hankintojen aikana

Vaikka hankintalaissa mainitaan markkinakartoitus nimenomaan hankintaa edeltävänä toimintana, markkinavuoropuhelun menettelyjä on mahdollista ja kannattaakin hyödyntää myös hankinnan aikana.

Etenkin kompleksisemmissä hankinnoissa ja jos hankintoihin liittyy erityisiä vaatimuksia, hankintayksikkö voi järjestää tarjouskilpailun esittelytilaisuuksia myös hankintailmoituksen jälkeen. Tällaisten tilaisuuksien järjestäminen voi olla perusteltua esim. uudenlaisten hankintojen, tarjouspyynnön tai tarjouspyyntöön liittyvien epäselvyyksien tai sopimusmallien avaamiseksi ja tarjouskilpailun edistämiseksi.

Näin toimittaessa näistä tilaisuuksista tulee ehdottomasti ilmoittaa jo hankintailmoituksessa ja niihin tulee olla kaikilla potentiaalisilla tarjoajilla vapaa pääsy. Lisäksi näiden tilaisuuksien materiaalit ja mahdolliset tilaajan täsmennykset tms. tulee jakaa hankintaportaalien kautta kaikille, myös ei paikalla olleille.

Yhteenveto ja suositukset

Puun ominaisuudet, puurakentamisen erilaiset tekniset ratkaisut ja toteutustavat sekä alan palveluntuottajien erilaiset liiketoimintamallit asettavat puurakentamiselle perinteisestä rakentamisesta poikkeavia vaatimuksia.

Liian pitkälle viety suunnittelu rajaa paitsi toteutustapoja myös toteuttajien määrää. Puurakentamisessa tai puurakennuskohteiden ja niiden hankintojen suunnittelussa on tästä syystä perusteltua käydä totuttua laajempaa markkinavuoropuhelua.

Puurakennushankkeiden markkinavuoropuhelua kannattaa tarkastella koko hankkeen suunnittelua tukevana toimintana. Näin markkinavuoropuhelu hyödyntää parhaiten sekä hankintayksiköitä että alan toimijoita ja näin ollen se esimerkiksi:

- 1. Lisää molempien osapuolten markkinatuntemusta**
- 2. Selvittää hankinnan kohteeseen sen hankintaan vaikuttavia tekijöitä**
- 3. Mahdollistaa tarjoajien parempi varautuminen tuleviin hankintoihin**



Markkinavuoropuhelun järjestämisestä ei käytännössä säädetä mitenkään, joten sen toteuttamiselle ei ole olemassa muotovaatimuksia.

Markkinavuoropuhelua voi käydä hankkeiden suunnittelun eri vaiheissa esimerkiksi:

- 1. Markkinakartoituksen tai kyselyin**
- 2. Markkinainfona ja ennakkoilmoituksen**
- 3. Kahdenkeskisinä tapaamisina ja projektivierailuina**
- 4. Kehitystyöpajoina tai yhteisinä kehitysprosesseina**

Markkinavuoropuhelussa on syytä toimia avoimesti ja läpinäkyvästi ja toteuttaa näin hankintalain perustetta syrjimättömästä ja tasapuolisesta kohtelusta. Samasta syystä markkinavuoropuhelun järjestämisestä kannattaa yleensä aina ilmoittaa HILMAssa ennakkoilmoituksen.

Ennakkoilmoitukseen tulee laatia valmiiksi kuvaava ja myyvä otsikko ja niissä tulee kuvata paitsi hankinnan tavoitteet ja kohde, myös hankintayksikön tarve tai markkinavuoropuhelun tarkoitus, markkinavuoropuhelun toteutustapa ja käytännön järjestelyt.

Mahdolliset markkinavuoropuhelun esitysaineistot ja tulokset kannattaa aina dokumentoida ja liittää tarvittaessa osaksi tarjouspyyntöaineistoa.

Markkinavuoropuhelu on parhaimmillaan sen osapuolten välistä dialogia jolla tulisi olla myös yhteinen tavoite. Laajemmin tarkasteltuna markkinavuoropuhelua kannattaa tarkastella koko toimialan yhteisenä prosessina. Miten hankintayksiköt voivat kertoa etukäteen omista hankkeistaan, miten hyödyntää eri osapuolten osaamista ja kokemusta, miten parantaa jokaista projektia ja tätä kautta koko toimialan tuottavuutta ja laatua?



5.1 Puurakentamiseen liittyviä termejä

CLT	Cross-Laminated Timber. Ristiinliimattu massiivipuu (monikerroslevy), joka koostuu useista toisiinsa nähden ristikkäin liimatuista puusaumalevyistä.
Insinööripuutuote	Puusta valmistettu rakenteellinen komponentti, kuten esimerkiksi hirsi, CLT, LVL ja liimapuu.
Liimapuu	Useista puusäleistä tai -lamelleista valmistettu yhteen liimattu puu, jossa puusäleet liimataan rinnakkain tai ristikkäin ja puristetaan yhteen.
LVL	Laminated veneer lumber. Teollinen puutuote, palkki, lattia- tai seinälevy, joka koostuu useista yhteen liimatuista havupuuvuiluista.
Massiivipuurakennus	Puurakennus, jonka kantava runko muodostuu pääosin massiivista puutuotteista, kuten CLT:stä, LVL:stä tai hirrestä.
Paikalla rakennettu rankarunkoinen rakennus	Määrämittaisesta massiivipuusta tai CLT-palkeista paikalla rakennettu rakennus, jonka rankarunkojen välissä on erilliset eristysmateriaalit.
Pilari-palkkirunko	Massiivisiin pilareihin ja palkkeihin perustuva rakennusjärjestelmä, joka mahdollistaa suurien yhtenäisten tilojen ja muuntojoustavuuden toteuttamisen. Pilari-palkkirunko vaatii suurta kestävyyttä, joten siinä käytetään yleensä ristikkäin laminoituja teollisia puutuotteita (kuten CLT tai LVL.)
Rankarunkoinen tasoelementti	Teollisesti valmistettu rankarunkoinen rakennusosa, joka vaatii vain asennuksen työmaalla. "Kaksiulotteinen" elementti, jonka sisä- ja ulkopuolen verhoilu on valmistettu ennen paikalle asennusta.
Rankarunkoinen tilaelementti	Teollisesti valmistettu rankarunkoinen valmis huonemoduuli. "Kolmiulotteinen" elementti, joka vaatii työmaalla vain asennuksen toisiinsa. Näihin elementteihin tehdään yleensä valmis kiintokalustus ja talotekniikka.
Tasoelementti	Kaikki erilaiset elementtituotteet, jotka muodostavat tasoja, kuten esimerkiksi erilaiset suurelementit, välipohja-, alapohja-, seinä-, tai muut vastaavat elementit.
Tilaelementti	Tilan muodostava kokonaisuus, joka valmistetaan muualla kuin työmaalla. Tilaelementit koostuvat erilaisista osavalmisteista ja tasoelementeistä.

5.2 Hankintaan liittyviä termejä

Avoin menettely	Hankintalain mukainen menettely, jossa hankintayksikkö julkaisee hankintailmoituksen ja asettaa kaikkien saataville tarjouspyynnön, jonka perusteella kaikki halukkaat tarjoajat voivat tehdä tarjouksen. Tarjoukset arvioidaan ennalta määrättyjen kriteerien pohjalta.
CVP-koodi	EU:n sisäinen yhteinen hankintanimikkeistö (CPV). EU-hankinnoissa on ilmoitettava vähintään päätason CVP-koodi
Ennakoilmoitus	Hankintayksikön HILMAssa julkaisema ilmoitus suunnitteilla olevasta hankinnasta. Kansallisen hankinnan ennakoilmoitukselle ja EU-hankinnan ennakoilmoitukselle on HILMAssa omat lomakkeet. Ilmoituksella tiedotetaan markkinoita siitä, että hankinta on suunnitteilla.
Ennakoilmoitus määräaika-kojen lyhentämiseksi	Avoimen ja rajoitetun menettelyn sekä neuvottelumenettelyn määräaikoja voidaan lyhentää, jos määräaika-kojen noudattaminen on näissä menettelyissä hankintayksikön asianmukaisesti perusteleman kiireen vuoksi käytännössä mahdotonta. Määräaika-kojen lyhentämiseksi hankintayksikön on julkaistava hankinnasta ennakoilmoitus vähintään 35 päivää ja enintään 12 kuukautta ennen hankintailmoituksen lähettämistä. Ilmoituksen on sisällettävä pakolliset tiedot.
Eritysalat	Vesi- ja energiahuollon, liikenteen ja postipalvelujen alat. Näillä aloilla toimivien hankintayksiköiden kynnysarvot ylittäviin hankintoihin sovelletaan eritysalojen hankintalakia (Laki vesi- ja energiahuollon, liikenteen ja postipalvelujen alalla toimivien yksiköiden hankinnoista ja käyttöoikeussopimuksista).
EU-hankinta	Hankinta, joka ylittää hankintalain mukaiset EU-kynnysarvot. EU-kynnysarvon ylittävissä hankinnoissa on noudatettava hankintalain EU-kynnysarvon ylittäviä hankintoja koskevia säännöksiä. EU-hankinnat julkaistaan EU:n laajuisesti TED (Tenders Electronic Daily) -sivustolla, joka on EU:n virallisen lehden täydennysosan verkkoversio.
Hankintailmoitus	Hankinnan käynnistämisestä julkaistava ilmoitus, joka sisältää keskeiset tiedot hankinnasta. Ilmoitus on pakollinen ja se on tehtävä HILMAssa niin kansallisissa kuin EU-hankinnoissakin. Hankintamenettelystä riippuen hankintailmoitus toimii pyyntönä lähettää tarjous tai osallistumishakemus. Jos hankintailmoituksessa ja tarjouspyynnössä esitetyt tiedot eroavat toisistaan, noudatetaan hankintailmoituksen tietoja.
Hankintayksikkö	Toimija, joka on velvollinen noudattamaan hankinnoissaan hankintalakia. Hankintayksiköitä ovat valtion, hyvinvointialueiden, hyvinvointiyhtymien, kuntien ja kuntayhtymien viranomaiset, evankelisluterilainen ja ortodoksinen kirkko sekä valtion liikelaitokset. Muut julkisoikeudelliset laitokset ovat tietyin edellytyksin hankintayksiköitä, jos ne on nimenomaisesti perustettu tyydyttämään sellaisia yleisen edun mukaisia tarpeita, joilla ei ole teollista tai kaupallista luonnetta. Mikä tahansa hankinnan tekijä on hankintayksikkö silloin, kun se on saanut hankinnan tekemistä varten tukea joltain muulta edellä mainitulta hankintayksiköltä yli puolet hankinnan arvosta.
Innovaatiokumppanuus	Tavoitteena on innovatiivisen tavarahan, palvelun tai rakennusurakan kehittäminen ja tämän tuloksena tuotettavien tavaroiden, palvelujen tai rakennusurakoiden hankkiminen. Innovaatiokumppanuudessa hankintayksikkö julkaisee hankintailmoituksen, johon kaikki halukkaat toimittajat voivat pyytää saada osallistua. Hankintayksikkö voi valita innovaatiokumppanuuden, jos hankintayksikön tarvetta ei voida täyttää hankkimalla markkinoilla jo saatavilla olevia tavanomaisia tavaroita, palveluja tai rakennusurakoita. Hankintayksikön on määriteltävä hankintailmoituksessa innovatiivinen tarve, jota ei voida täyttää hankkimalla markkinoilla jo olevia tavaroita, palveluja tai rakennusurakoita.

Jälki-ilmoitus	Ilmoitus, jolla tiedotetaan hankinnan tuloksista, eli voittajasta ja sopimuksen arvosta, tai siitä, miksi hankinta on keskeytetty. EU-kynnysarvon ylittävistä hankinnasta, dynaamiseen hankintajärjestelmään perustuvasta hankinnasta ja puitejärjestelyä koskevasta hankinnasta on tehtävä jälki-ilmoitus 30 päivän kuluessa siitä, kun hankintasopimus on tehty. Suunnittelukilpailun tuloksia koskeva ilmoitus on toimitettava julkaistavaksi 30 päivän kuluessa kilpailun päättymisestä ja käyttöoikeussopimuksen tekemistä koskeva ilmoitus 48 päivän kuluessa sopimuksen tekemisestä. Puitejärjestelyn perusteella tehtävistä yksittäisistä hankintasopimuksista ei tarvitse tehdä jälki-ilmoitusta.
Kansallinen hankinta	Hankinta, joka ylittää hankintalain mukaiset kansalliset kynnysarvot, mutta alittaa EU-kynnysarvot. Kansallisen kynnysarvon ylittävissä hankinnoissa hankintayksikön on noudatettava hankintalakia.
Kilpailullinen neuvottelu-menettely	Hankintalain mukainen menettely, jossa hankintayksikkö julkaisee ilmoituksen hankinnasta, johon halukkaat toimittajat voivat pyytää saada osallistua. Tämän jälkeen hankintayksikkö aloittaa valittujen ehdokkaiden kanssa neuvottelun, jonka tarkoituksena on kartoittaa ja määritellä keinot, joilla hankintayksikön tarpeet voidaan parhaiten täyttää. Hankintayksikkö voi neuvotella valittujen ehdokkaiden kanssa kaikista hankinnan näkökohdista siihen saakka, kun se on valinnut ne ratkaisumallit, joilla kyetään täyttämään sen määrittelemät tarpeet. Neuvottelujen päättymisestä on ilmoitettava tarjoajille. Menettelyn käyttö edellyttää hankintalain 34 §:ssä olevaa perustetta ja kilpailulliseen neuvottelumenettelyyn on kutsuttava vähintään kolme ehdokasta.
Kynnysarvo	Rahamääräinen arvo, jonka ylittävä hankinta on suoritettava kyseessä olevan kynnysarvon määrittelemien hankintasäännösten mukaisesti. Ks. kansallinen hankinta, EU-hankinta ja pienhankinta.
Markkinakartoitus	Hankintalain termi, jolla viitataan monenlaisiin kokonaisuuksiin. Markkinakartoituksella tarkoitetaan kaikkea sitä markkinoilla olevan tiedon selvittämistä, jota hankintayksikön on mahdollista saada ja hyödyntää ennen virallisen hankintamenettelyn aloittamista. Hankintalaki asettaa reunaehdot markkinakartoituksen toteuttamiseen. HILMAssa markkinakartoitusilmoituksen avulla voidaan pyytää tarjoajia ilmoittautumaan markkinavuoropuheluun, tai sen avulla voidaan julkaista tietopyyntö.
Markkinavuoropuhelu	Vuorovaikutteinen keskustelu hankintayksikön ja markkinaosapuolten välillä ennen virallisen hankintaprosessin käynnistämistä. Tavoitteena on vaihtaa tietoa, kartoittaa ratkaisumahdollisuuksia ja parantaa hankintaprosessin laatua. Markkinavuoropuhelun voi järjestää esimerkiksi yleisenä tilaisuutena, johon kaikki halukkaat saavat osallistua, kahdenkeskinä toimittajatapaamisina tai lähettämällä tarjouspyyntöluonnos luettavaksi ja kommentoitavaksi potentiaalisille tarjoajille.
Neuvottelumenettely	Hankintalain mukainen menettely, jossa hankintayksikkö julkaisee ilmoituksen hankinnasta, johon halukkaat toimittajat voivat pyytää saada osallistua. Tämän jälkeen hankintayksikkö pyytää neuvotteluihin valittavilta ehdokkailta alustavat tarjoukset, joiden pohjalta neuvottelut käydään. Hankintayksikkö voi pyytää tarjoajilta uusia, neuvottelujen perusteella mukautettuja tarjouksia. Menettelyn käyttö edellyttää hankintalain 34 §:ssä olevaa perustetta ja neuvotteluihin on kutsuttava vähintään kolme ehdokasta.
Pienhankinta	Hankinta, joka alittaa hankintalain mukaiset kansalliset kynnysarvot. Pienhankintoihin ei sovelleta hankintalakia. Myös pienhankinnoissa on pyrittävä huomioimaan hankinnan kokoon ja laajuuteen nähden riittävä avoimuus ja syrjimättömyys. Käytännössä pienhankinnat tulisi kilpailuttaa hankintayksikön omien ohjeiden ja määräysten mukaisesti.

Rajoitettu menettely	Hankintalain mukainen menettely, jossa hankintayksikkö julkaisee ilmoituksen hankinnasta, johon kaikki halukkaat toimittajat voivat pyytää saada osallistua. Tämän jälkeen hankintayksikkö valitsee tarjoajiksi hyväksyttävät ehdokkaat ja pyytää näiltä tarjoukset. Tarjouspyyntöasiakirjojen tulee olla avoimesti kaikkien saatavilla jo hankintailmoituksessa ja ehdokkaita on kutsuttava menettelyyn vähintään viisi.
Puitejärjestely	Yhden tai useamman hankintayksikön ja yhden tai useamman toimittajan välistä sopimus, jonka tarkoituksena on vahvistaa tietyn ajan kuluessa tehtäviä hankintasopimuksia koskevat hinnat ja suunnitellut määrät sekä muut ehdot. Hankintayksikön on valittava toimittajat puitejärjestelyyn hankintalain mukaista hankintamenettelyä noudattaen.
Tekninen vuoropuhelu	Teknisessä vuoropuhelussa hankintayksikkö pyrkii saamaan tietoa hankinnan kohteen teknisestä kehyksestä. Teknistä vuoropuhelua käytetään usein synonyyminä markkinavuoropuhelulle ja tietopyynnölle.
Tietopyyntö	Yleensä HILMAssa ennakkoilmoituksena lähetettävä vapaamuotoinen kysely, jossa hankintayksikkö pyytää mahdollisilta tarjoajilta tietoja hankintaan liittyen. Tietopyynnön voi lähettää valituille toimijoille myös esimerkiksi sähköpostitse. Termiä käytetään usein myös synonyyminä markkinakartoitukselle. Tietopyyntöön annetut vastaukset eivät sido toimittajia eivätkä hankintayksikköä.