

Insiktsundersökningen

Segmentering NUI

Bakgrund och metod

- Fördjupad analys av Insikt upphandling
- Analys av resultatet för undersökningen som genomfördes 2021
- Fördjupning med hjälp av en segmenteringsanalys för att ta fram grupper av respondenter i mätningen
- Segmenten förenklar förståelse och framtagande av aktiviteter och mål utifrån mätningen

Segmenteringen

Segmenten är framtagna i två steg:

Steg 1. Regressionsmodell för att få fram vilka frågor som samvarierar med NUI. Regressionen fick fram 10 olika frågor i undersökningen som sedan används vidare i analysen.

Steg 2. Klustermodell för att få fram grupper av respondenter som svarat lika. Metoden som används är K-means clustering.

Fördjupad metodbeskrivning

Steg 1 regression

I första steget har en multipel regressionsmodell tagits fram. Syftet med steget är att sortera ut frågor som inte samvarierar med generella nöjdhetsmättet NUI, då de inte är intressanta att gå vidare och fördjupa. Kvar blir endast frågor som kan antas ha en positiv effekt på NUI om resultatet förbättras.

Frågor som har ett stort partiellt bortfall har också valts bort då dessa försvårar en bra analys och även är svåra att arbeta med för kommunerna.

Analysen är gjord på de specifika frågor som ingår i undersökningen och inte de 6 sammanfattade omdömena som lämnas per frågeområde i undersökningen. Dessa är de frågor som börjar med "Hur nöjd var du totalt sett med...". De sammanfattade frågorna samvarierar i hög grad med varandra och utgör en sämre grund för en fördjupad analys.

Totalt sett togs 9 frågor ut från steg 1 för att användas i en fördjupad analys.

Fördjupad metodbeskrivning

Steg 2 klustermodell

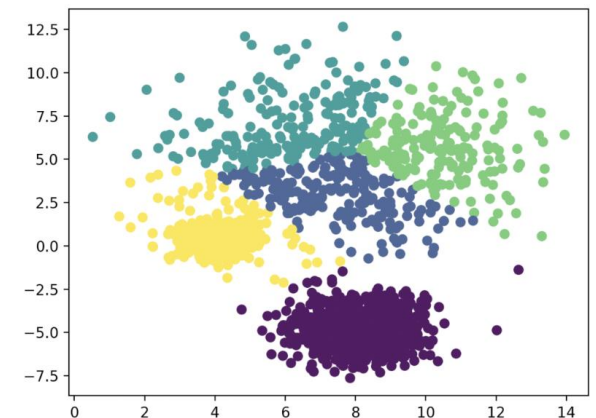
I det andra steget gjordes en fördjupad analys utifrån de 9 frågor som i steg 1 visat sig samvariera med nöjdhetsmättet NUI.

Dessa analyserades sedan med en k-means klustringmodell. Modellen syftar till att gruppera respondenter som svarat på ett liknande sätt. Som ett första steg har antal segment som analysen ska resultera i stegvis tagits fram genom tester och en silhouette analys. Slutresultatet är 7 relativt tydliga segment av respondenter.

En utmaning i analysen har varit förhållandevis många "vet ej" svar. Dessa har uteslutits ur modellen. Tre frågor har påverkat segmenteringen i större utsträckning än andra. Dessa 3 har en stor spridning i respondenternas svar.

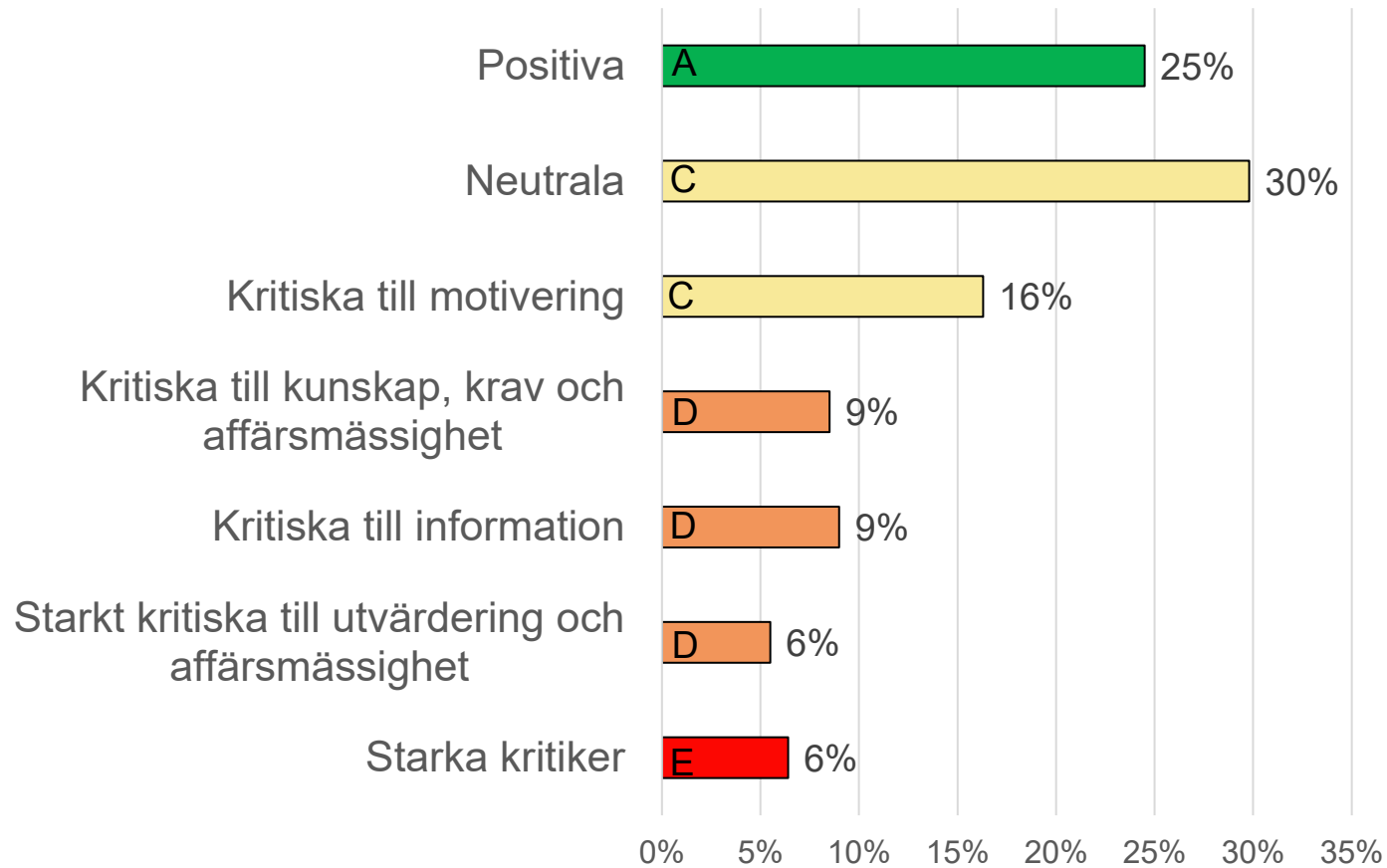
- Hur nöjd var du med vår affärsmässighet, dvs uppnå "den goda affären för båda parter"?
- Hur nöjd var du med vår kunskap om leverantörsmarknaden för efterfrågad vara/tjänst?
- Hur nöjd var du med kraven i förfrågningsunderlaget i förhållande till efterfrågad vara/tjänst?

Segmenten har sedan analyserats och namngivits utifrån vad som karakteriserar segmentet bäst. Fokus är då vad som gör att segmentet skiljer sig från de övriga.



Segmentering Resultat

Segment



– Resultatet visas i form av 7 olika segment av respondenter

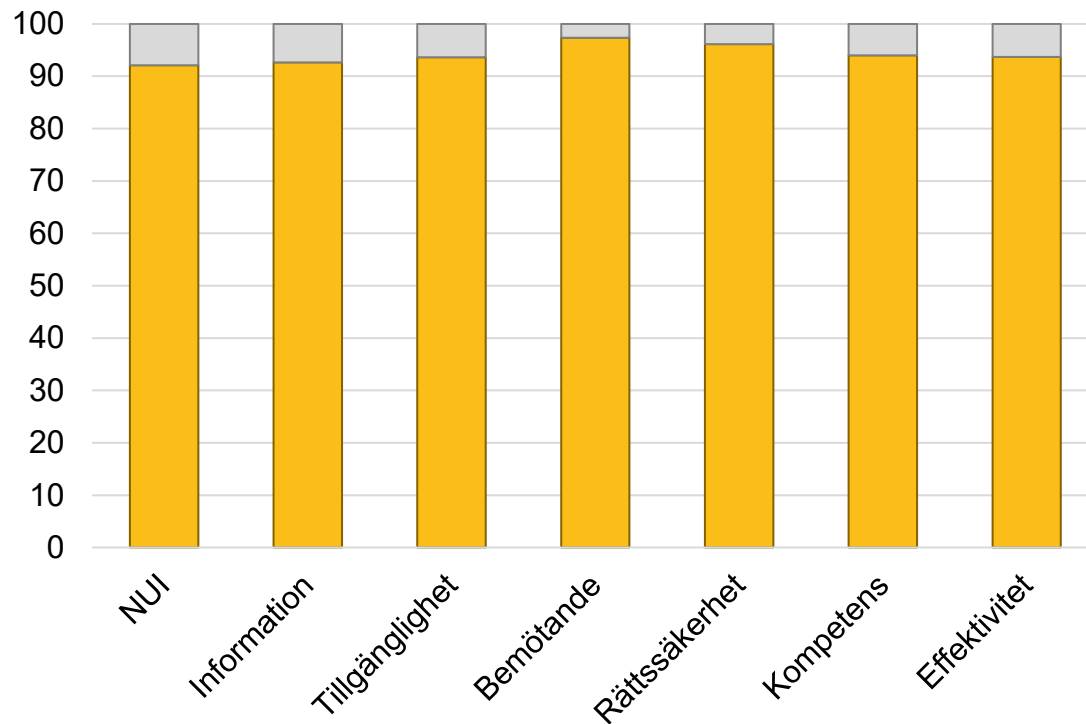
– Färgkodning är gjord utifrån gruppens NUI

Färgkodning

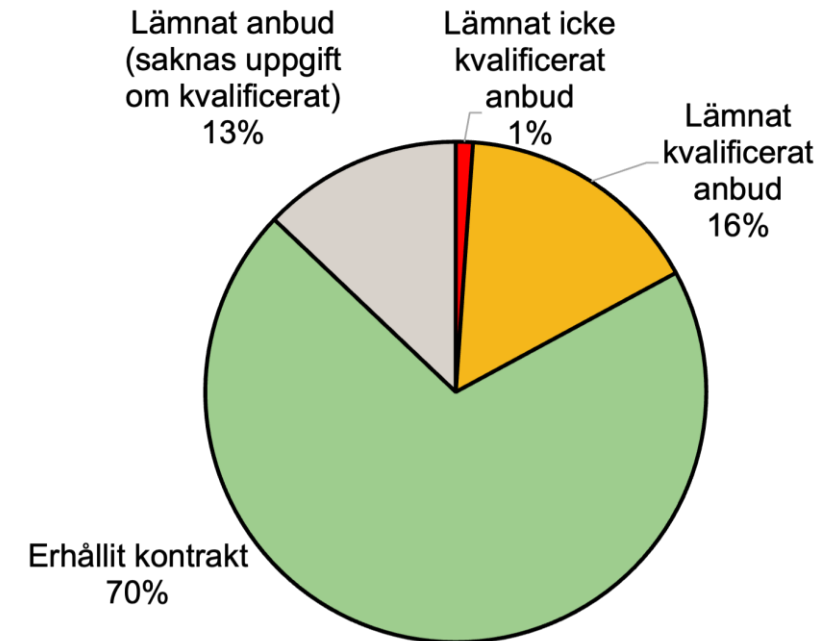
85-100	A
65-84	B
45-64	C
25-44	D
0-24	E

Positiva

Resultat per frågeområde

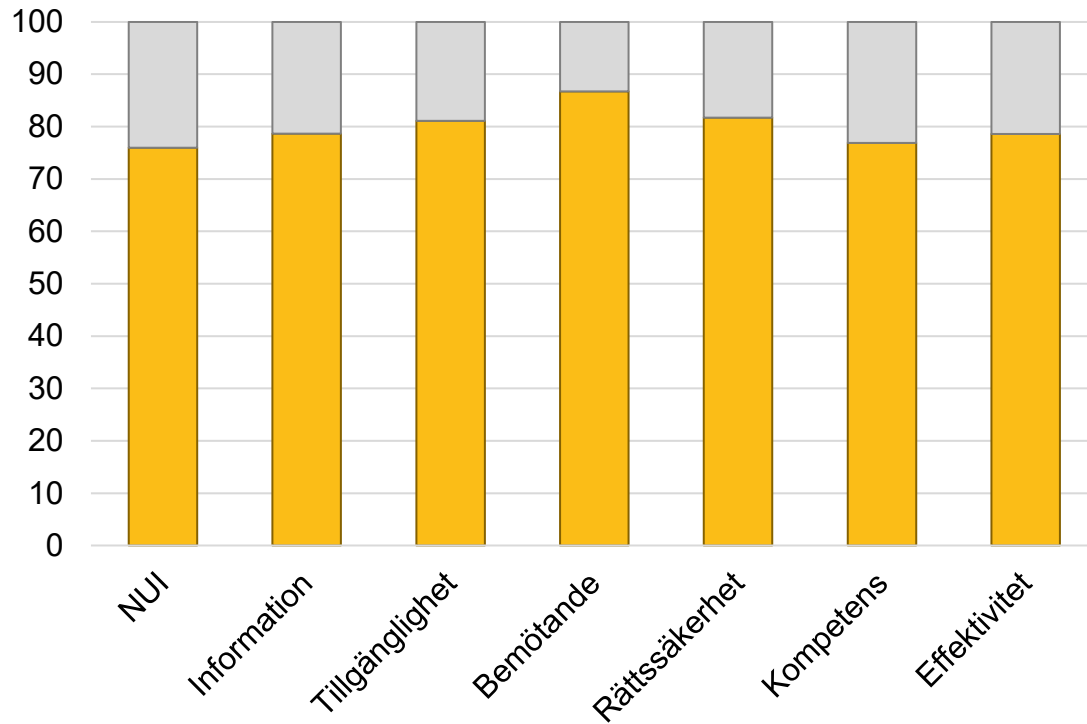


- 25 % av samtliga respondenter
- 37 % har fått inbjudan till någon form av dialog inför upphandlingen
- 82 % av de som fick inbjudan gjorde någon form av insats inför upphandlingen

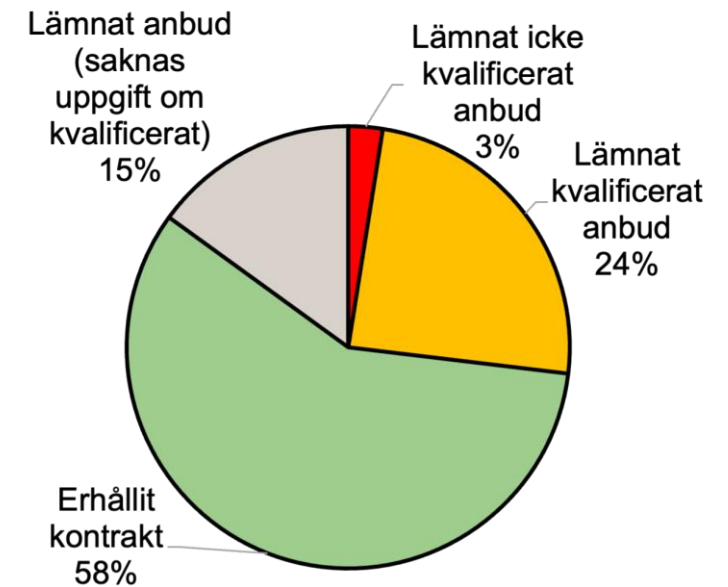


Neutrala

Resultat per frågeområde

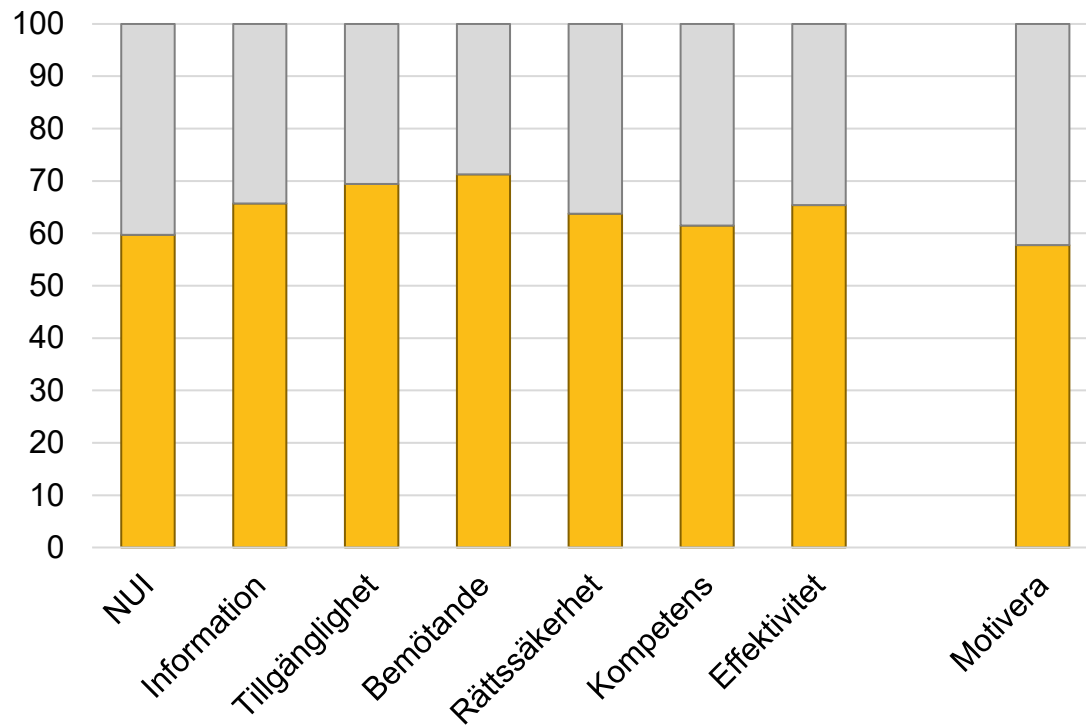


- 30 % av samtliga respondenter
- 30 % har fått inbjudan till någon form av dialog inför upphandlingen
- 72 % av de som fick inbjudan gjorde någon form av insats inför upphandlingen

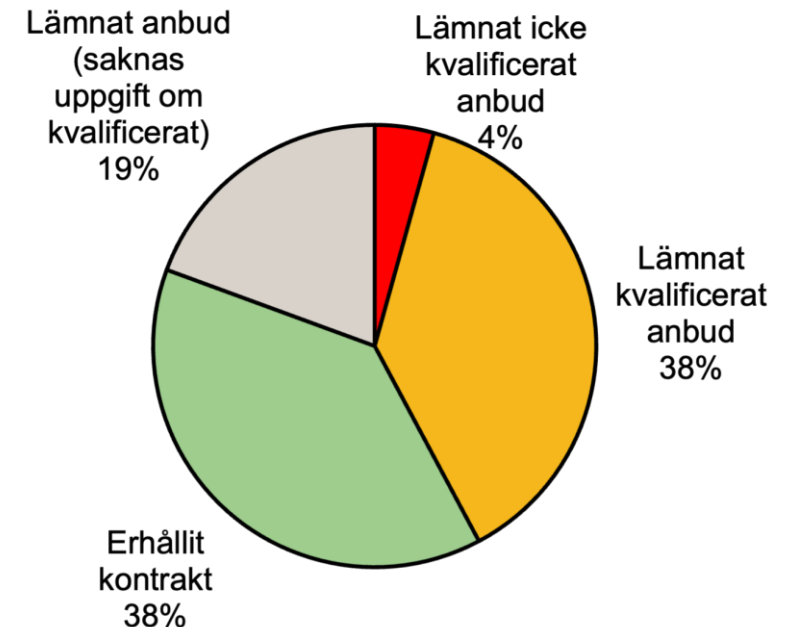


Kritiska till motivering

Resultat per frågeområde

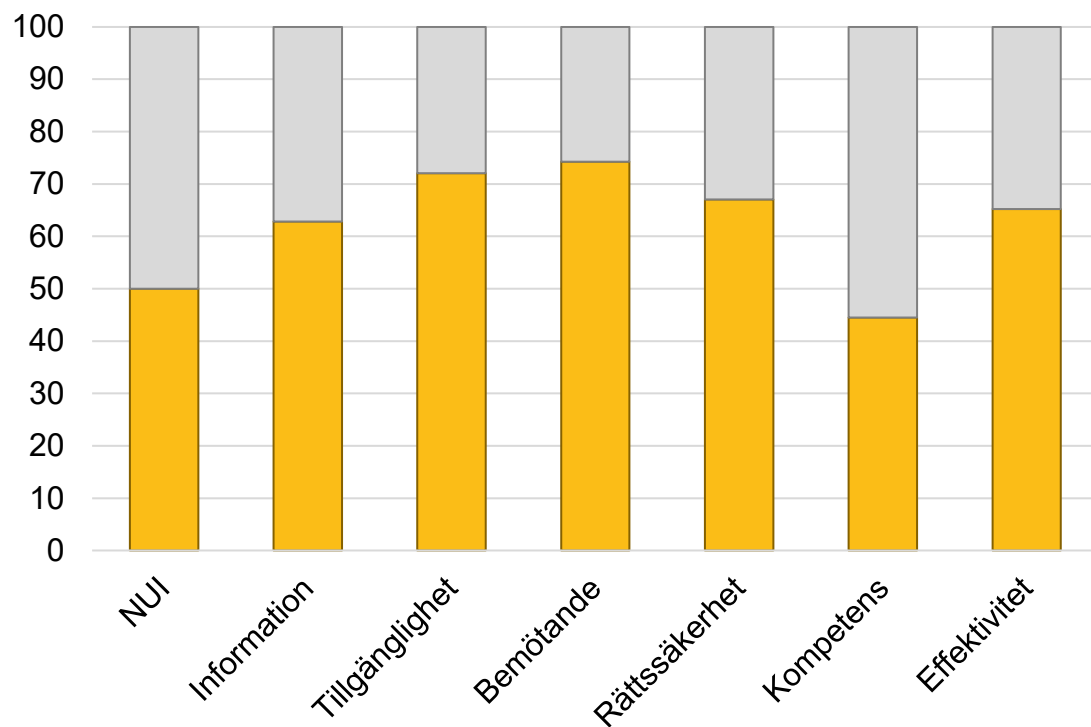


- 16 % av samtliga respondenter
- 24 % har fått inbjudan till någon form av dialog inför upphandlingen
- 74 % av de som fick inbjudan gjorde någon form av insats inför upphandlingen

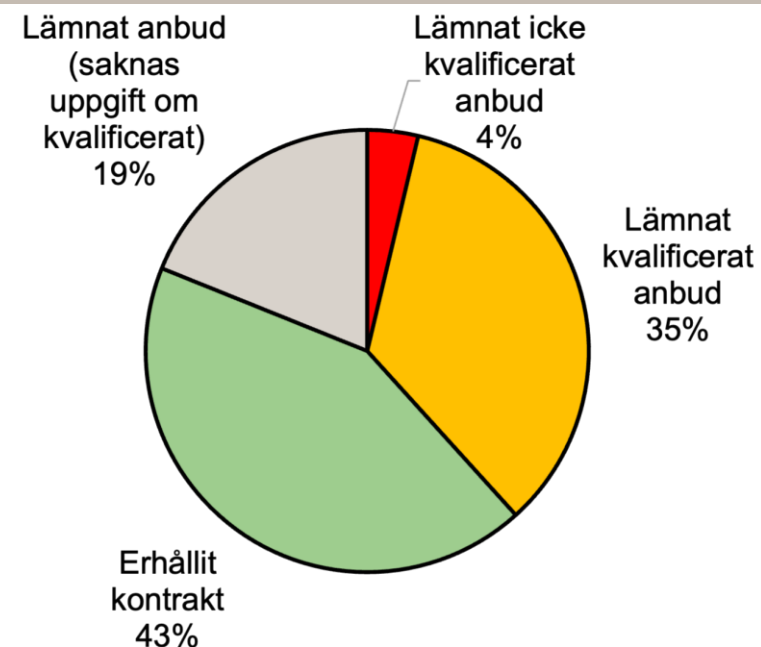


Kritiska till kunskap, krav och affärsmässighet

Resultat per frågeområde

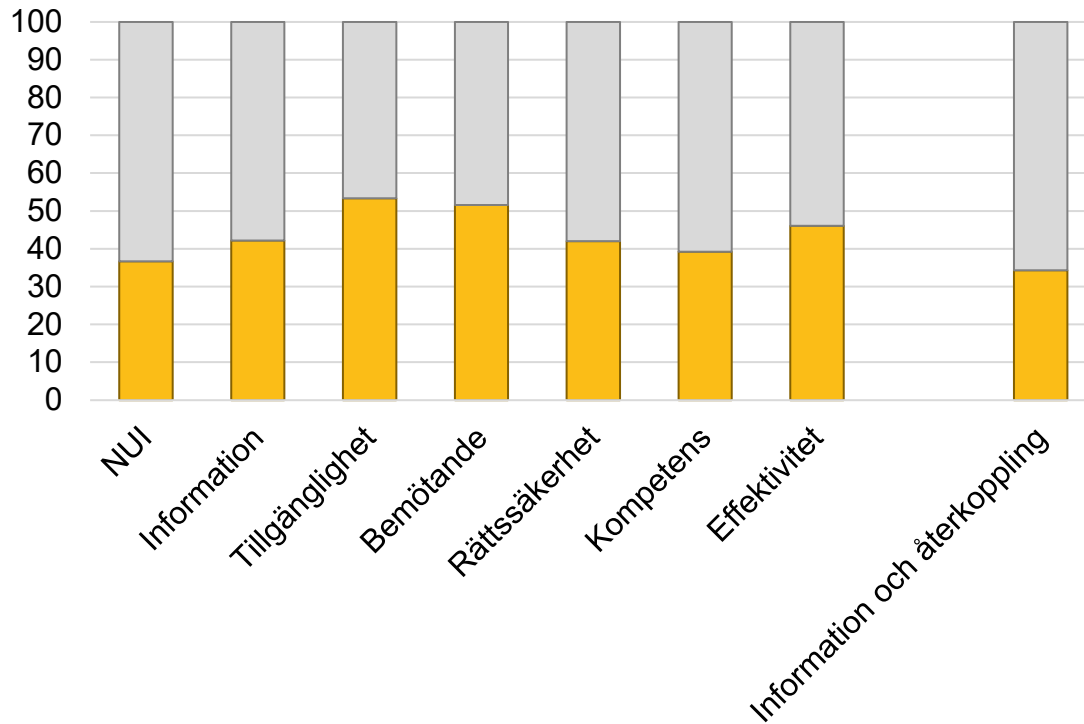


- 9 % av samtliga respondenter
- 23 % har fått inbjudan till någon form av dialog inför upphandlingen
- 74 % av de som fick inbjudan gjorde någon form av insats inför upphandlingen

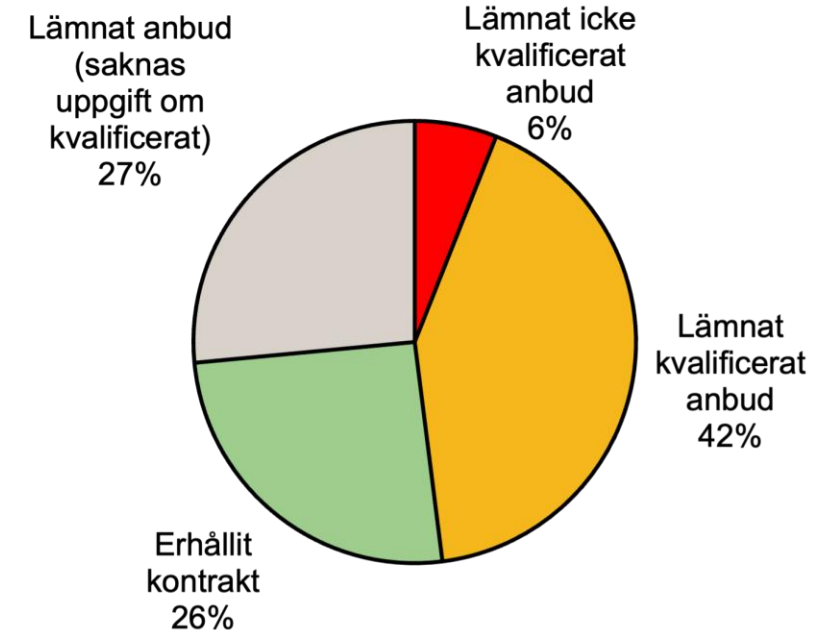


Kritiska till information

Resultat per frågeområde

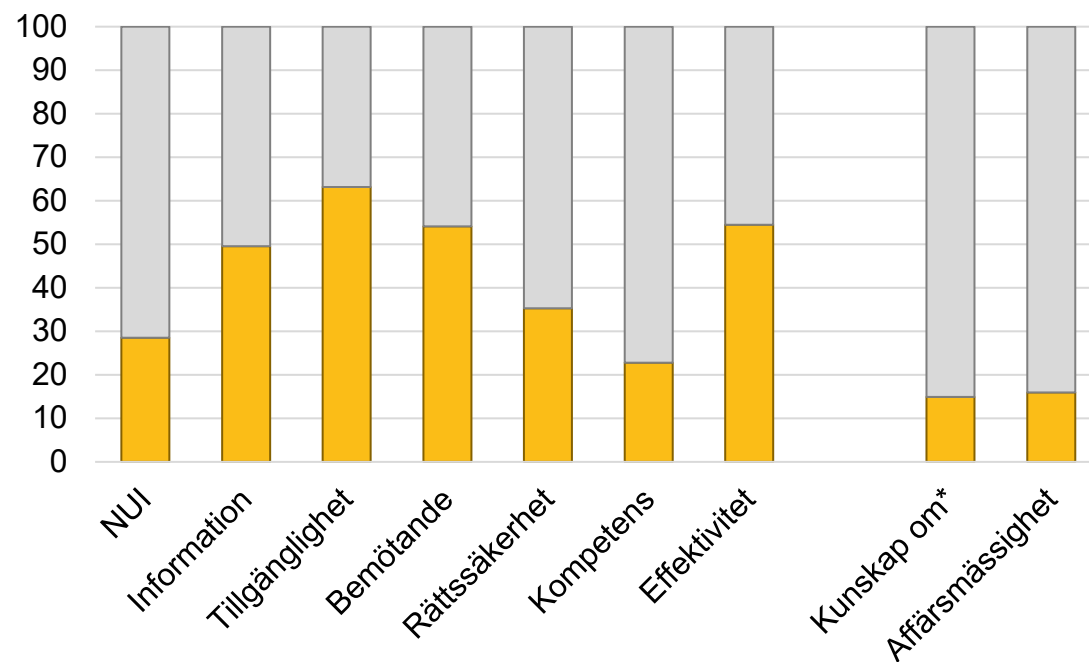


- 9 % av samtliga respondenter
- 20 % har fått inbjudan till någon form av dialog inför upphandlingen
- 70 % av de som fick inbjudan gjorde någon form av insats inför upphandlingen



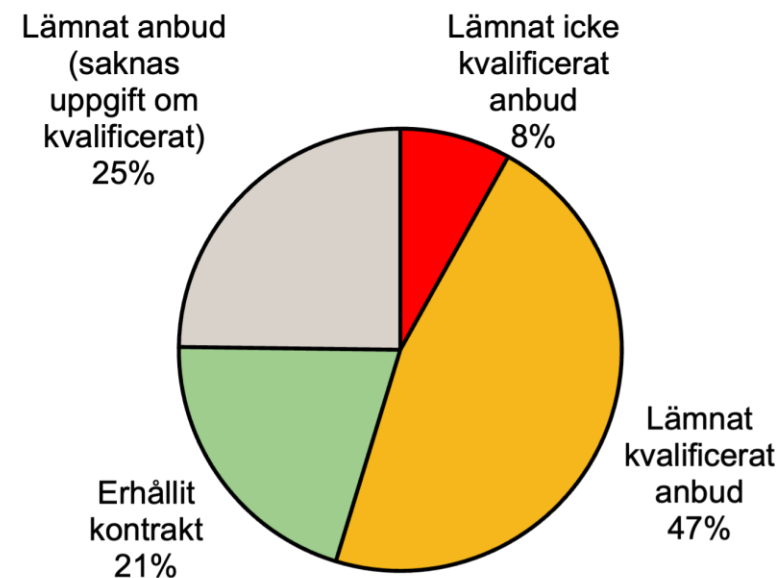
Starkt kritiska till utvärdering och affärsmässighet

Resultat per frågeområde



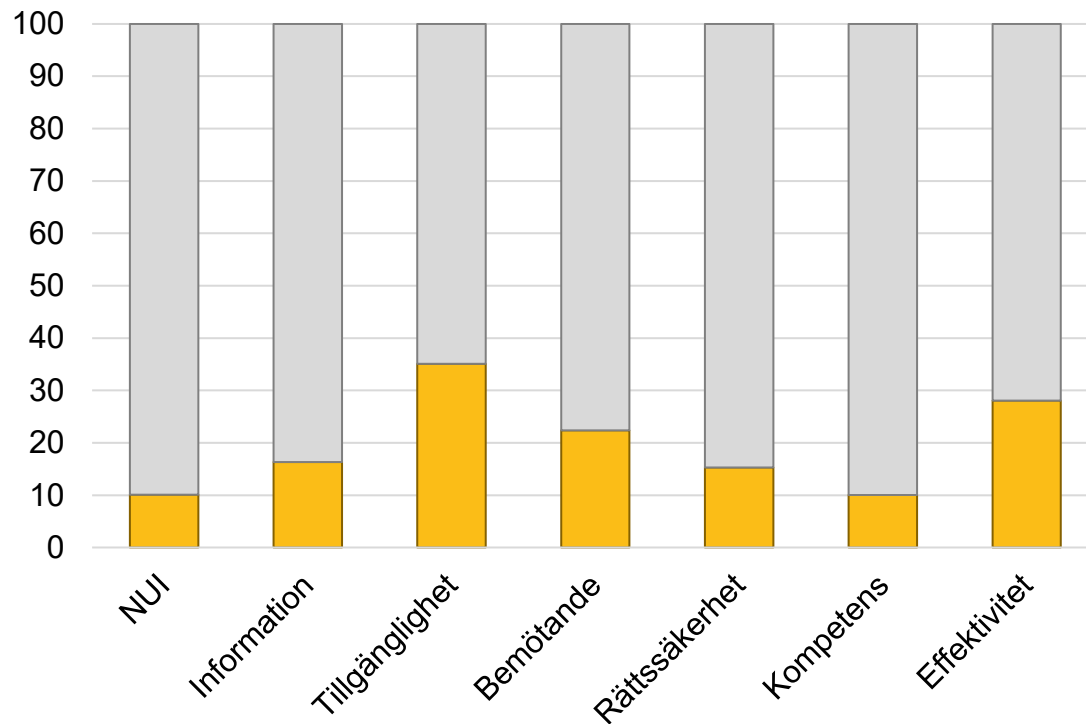
*leverantörsmarknaden för efterfrågad vara/tjänst?

- 6 % av samtliga respondenter
- 15 % har fått inbjudan till någon form av dialog inför upphandlingen
- 68 % av de som fick inbjudan gjorde någon form av insats inför upphandlingen

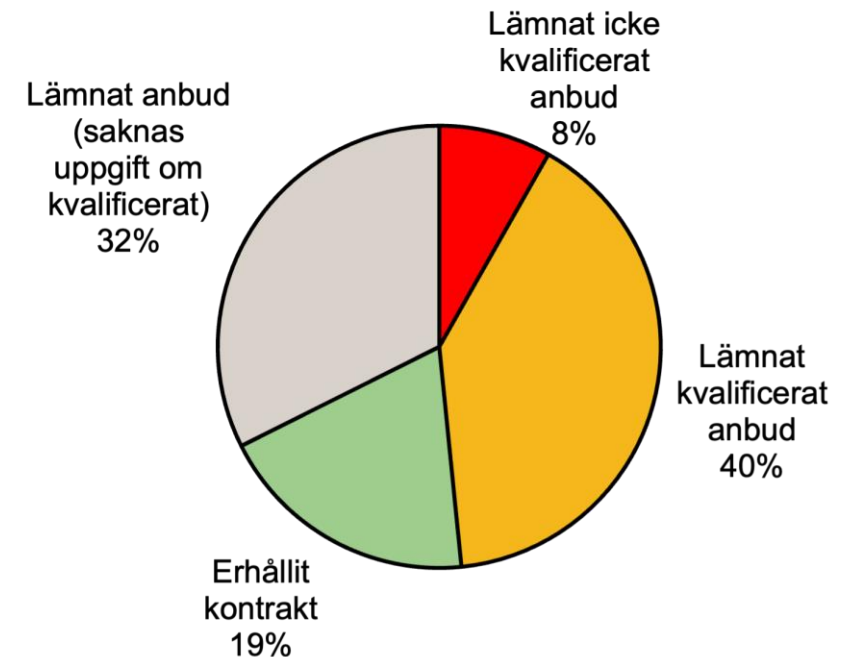


Starka kritiker

Resultat per frågeområde



- 6 % av samtliga respondenter
- 17 % har fått inbjudan till någon form av dialog inför upphandlingen
- 71 % av de som fick inbjudan gjorde någon form av insats inför upphandlingen



Fritext

Typ-kommentarer

- Utifrån resultatet har kommentarer tagits fram som illustrerar segmentet. Fritextsvar har granskats för att få fram kommentarer som väl sammanfattar segmentet. De öppna frågorna i undersökningen var de två nedanstående:
- Var det någon del i processen som du var mindre nöjd med?
- Har du några övriga förslag på hur vår hantering av upphandlingar kan förbättras?

Fritext: typ-kommentarer per segment

Positiva

- ”Vi hade en väldigt bra dialog med kommunen, de var tekniskt kompetenta. Det var roligt tycker jag.”
- ”Snabbt och smidigt att få svar på frågor och öppenheten i att det skulle bli så bra som möjligt för båda parter.”
- ”Jag tyckte att det var väldigt tydligt. Vi fick inte den, men det var ändå klart och tydligt.”

Neutral

- ”Processen i sin helhet var klart godkänd.”
- ”Kommer inte riktigt ihåg, vi har många upphandlingar och detta var för ett tag sedan, men det funkade bra, finns ingenting att klaga på.”
- ”Att tilldelning av uppdraget endast baseras på lägsta anbudspris.”

Fritext: typ-kommentarer per segment

Kritiska till motivering

- ”Beslutet var kort och det borde finnas mer motivation om varför kommunen har tagit just det beslutet.”
- ”Det fiktiva priset per timme kom att bli helt avgörande för utfallet och det är då svårt att förstå hur bästa förhållande mellan pris och kvalitet kom att bedömas.”

Kritiska till kunskap, krav och affärsmässighet

- ”De som var ansvariga för upphandlingen hade dålig/ingen kännedom om den verksamhet som upphandlades”
- ”Tycker att de som lämnade ut upphandlingen kunde varit mycket bättre pålästa innan de lämnar ut något. ”
- ”Ta hjälp av branschfolk när förfrågningsunderlaget ska skrivas.”

Fritext: typ-kommentarer per segment

Kritiska till information

- ”Missnöjd med innehållet och hanteringen, kommunikationen i synnerhet.”
- ”Specifikationen kring vad man efterfrågar var väldigt rörlig.”

Starkt kritiska till utvärdering och affärsmässighet

- ”Det känns som att upphandlingarna är uppgjorda på förhand.”
- ”Utvärderingskriterierna som alldeles för starkt går på pris och inte innehåll.”
- ”Det kan inte annat sägas än att den förklaringen och det underlaget för beslutet att förkasta vårt anbud inte var saklig, saknade laglig grund och rimmar mycket dåligt med förvaltningslagens grundläggande principer.”

Fritext: typ-kommentarer per segment

Starkt kritiska

- ”Allt var under all kritik.”
- ”Det var frågor som var svåra att besvara och återkoppling var inte bra, tog alldeles för lång tid.”
- ”Avsätt mer tid för bättre kravställning och mer professionell hantering”

Tabeller

Leverantörsområde

	Positiva	Neutrala	Kritiska till motivering	Kritiska till kunskap, krav och affärsmässighet	Kritiska till information	Starkt kritiska till utvärdering och affärsmässighet	Starka kritiker
Anläggningsarbete	9%	14%	16%	10%	11%	12%	10%
Arkitekt-, bygg-, ingenjör- och besiktningstjänster	16%	20%	21%	23%	24%	25%	21%
Företagstjänster: lagstiftning, marknadsföring, rådgivning, rekrytering, tryckning och säkerhet	17%	16%	15%	16%	18%	13%	20%
Avlopps- och avfallshantering, sanering och miljötjänster	6%	6%	6%	5%	6%	4%	5%
Reparation och underhåll	3%	4%	3%	6%	3%	5%	4%
IT-tjänster: konsultverksamhet, programvaruutveckling, internet och stöd	9%	7%	5%	5%	4%	5%	7%
Annat	41%	35%	33%	36%	34%	36%	33%

Målgrupp

	Positiva	Neutrala	Kritiska till motivering	Kritiska med kunskap, krav och affärsmässighet	Kritiska till information	Starkt kritiska till utvärdering och affärsmässighet	Starka kritiker
Ej lämnat anbud	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Lämnat icke kvalificerat anbud	1%	3%	4%	4%	6%	8%	8%
Lämnat kvalificerat anbud	16%	24%	38%	35%	42%	47%	40%
Lämnat anbud (saknas uppgift om kvalificerat)	13%	15%	19%	19%	27%	25%	32%
Erhållit kontrakt	70%	58%	38%	43%	26%	21%	19%

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

Antal	Positiva	Neutrala	Kritiska till motivering	Kritiska med kunskap, krav och affärsmässighet	Kritiska till information	Starkt kritiska till utvärdering och affärsmässighet	Starka kritiker
0-2	8%	7%	7%	8%	10%	7%	12%
3-10	25%	25%	27%	23%	31%	28%	30%
11-50	37%	37%	35%	38%	33%	38%	36%
Mer än 50	30%	32%	31%	32%	27%	28%	22%

Är du en man eller kvinna?

Antal	Positiva	Neutrala	Kritiska till motivering	Kritiska med kunskap, krav och affärsmässighet	Kritiska till information	Starkt kritiska till utvärdering och affärsmässighet	Starka kritiker
Man	71%	65%	71%	79%	65%	81%	79%
Kvinna	27%	33%	27%	17%	31%	19%	17%
Annat alternativ	2%	2%	2%	2%	4%	0%	0%
Osäker	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Vill ej uppge	1%	0%	0%	2%	0%	0%	3%

Fick ert företag någon inbjudan innan upphandlingen utannonserades?

Antal	Positiva	Neutrala	Kritiska till motivering	Kritiska med kunskap, krav och affärsmässighet	Kritiska till information	Starkt kritiska till utvärdering och affärsmässighet	Starka kritiker
Ja, RFI (request for information)/informationsförfrågan	17%	14%	12%	10%	9%	8%	9%
Ja, öppet möte om upphandlingen	5%	4%	2%	3%	3%	2%	3%
Ja, dialog på plats med beställaren	14%	11%	9%	10%	6%	4%	5%
Ja, möjlighet att lämna remiss på upphandlingsdokument	2%	2%	1%	1%	1%	1%	2%
Nej	63%	70%	76%	77%	80%	85%	83%