

ANSKAFFELSESSTRATEGI for Høgskolen i Østfold 2026-2030



Anskaffelser skal bidra til at Høgskolen i Østfold når sine primære mål innen utdanning, forskning, utvikling og formidling. Anskaffelsesstrategien er et styringsverktøy som skal sikre at anskaffelser planlegges og gjennomføres helhetlig, profesjonelt og i samsvar med høgskolens overordnede mål, strategier og samfunnsoppdrag.

Gjennom kontinuerlig forbedring av anskaffelses- og innkjøpsfunksjonen skal Høgskolen i Østfold utvikle tydeligere prioriteringer og styring for å sikre effektiv bruk av samfunnets ressurser, redusere klima- og miljøbelastning og ivareta grunnleggende menneskerettigheter og seriøse arbeidsforhold.

Strategien er organisert i fire delmål med tilhørende tiltak og resultatmål.

Det utarbeides en dynamisk handlingsplan som oppdateres årlig, og det måles og rapporteres på styringsparametere for å følge utvikling og måloppnåelse.

HOVEDMÅL

Anskaffelser skal bidra til at Høgskolen i Østfold når de primære målene innen utdanning, forskning og formidling av nasjonal og internasjonal kvalitet og relevans. Det er et mål å gjennomføre optimale anskaffelser med hensyn til kostnadsbesparelse, kvalitet, klimabelastning og samfunnsansvar.



DELMÅL:

For å oppnå hovedmålet vil Høgskolen prioritere følgende fire delmål i strategiperioden:

- Innkjøp og anskaffelser skal bidra til bedre behovsdekning
- Alle inngåtte avtaler skal følges opp etter intensjonen i avtalen
- Høgskolen skal vise etisk ansvar og gjennomføre anskaffelser som bidrar til å redusere klima- og miljøbelastningen.
- Høgskolen skal forbedre samhandlingen og effektivisere anskaffelsesprosessen ved bruk av digitale verktøy.

Delmål 1: Innkjøp og anskaffelser skal bidra til bedre behovsdekning

Ønsket effekt:

Ledelse på alle nivåer har forståelse for anskaffelsesarbeidets betydning for høgskolens resultater og omdømme. Enheter og ansatte i organisasjonen har et strategisk syn på anskaffelser. Høgskolen har kompetente anskaffelsesrådgivere og innkjøpere (bestillere). Høgskolen har avtaler som sikrer god og tilstrekkelig behovsdekning. Vi bruker rammeavtaler som et viktig strategisk verktøy for gjentakende enkeltkjøp.

Risiko:

Dersom det ikke avsettes tilstrekkelige ressurser til etablering av rammeavtaler, er det en risiko for at behovene ikke blir tilfredsstillende dekket. Videre foreligger det en risiko for manglende endringsvilje i organisasjonen, samt at det kan kreve uforholdsmessig store ressurser å heve kompetansen.

Tiltak:

1. Det utvikles strategisk anskaffelseskompetanse hos ledere, BDM og bestillere.
2. Den anskaffelsesfaglige kompetansen opprettholdes og videreutvikles.
3. Det brukes beslutningsdokument/konkurransestrategi i planleggingen av større anskaffelser.
4. Det tas i bruk og utvikles rapporter som grunnlag for å prioritere avtaledekning.
5. Styringsrapporter og behovskompetanse brukes som grunnlag for strategisk planlegging av anskaffelser og etablering av rammeavtaler.

Resultatmål	Styringsparameter/KPI
Sikre samme eller høyere antall rammeavtaler.	Antall rammeavtaler.
Alle innkjøp over NOK 100 000 eksklusive merverdiavgift er behovsvurdert.	Antall behovsanalyser sammenlignet med gjennomførte innkjøp.

Delmål 2: Alle inngåtte avtaler skal følges opp etter intensjonen i avtalen

Ønsket effekt:

Det er høy lojalitet til Høgskolens avtaler. Høgskolen følger rutiner og systemer for avtaleoppfølging. Avtalevilkårene respekteres og utnyttes best mulig gjennom hele avtaleperioden.

Risiko:

Det er risiko for at rutiner for innkjøp ikke blir kjent i organisasjonen. Dersom det ikke blir etablert gode nok rapporter og rutiner for innkjøp og avtaleoppfølging risikerer høgskolen å tape gevinstpotensialet og å bryte anskaffelsesregelverket.

Tiltak:

1. Det utarbeides og implementeres en felles modell for avtaleoppfølging.
2. Kompetanse om avtaleoppfølging økes i organisasjonen.
3. Informasjon om inngåtte avtaler og hvordan disse skal brukes skal være tilgjengelig og tydelig.
4. Sikre god utnyttelse av avtaler inngått av andre som Statens innkjøpssenter og SIKT.
5. Sikre at datakvaliteten fra økonomisystemene er høy og gir et godt grunnlag for analyser.
6. Utvikle rapporter og gjennomføre kontroller for å sikre riktig bruk av avtaler.

Resultatmål	Styringsparameter/KPI
Avtalelojalitet skal være over 80 %.	Prosentvis avtalelojalitet.

Delmål 3: Høgskolen skal vise etisk ansvar og gjennomføre anskaffelser som bidrar til å redusere klima- og miljøbelastningen

Ønsket effekt:

Høgskolen har økt kunnskap om klimaavtrykket for egne anskaffelser og bruker dette som utgangspunkt for strategiske beslutninger om anskaffelser.

Høgskolen har dialog med markedet for å forbedre eget og leverandørenes arbeid med seriøst arbeidsliv og miljøpåvirkning.

Krav til samfunnsansvar og miljø følges opp ved hver avtaleinngåelse.

Høgskolen opptrer med integritet ved offentlige anskaffelser.

Risiko:

Å velge ut og bruke miljø- og klimakrav i anskaffelser krever høy kompetanse og ressurser. Utfordrende å sikre at krav til miljø, klima og etisk ansvar følges opp i hele leverandørkjeden og/eller livssyklusfasen.

Korrupsjon vil kunne føre til straffeforfølgelse av enkeltansatte samt omdømmetap for høgskolen. Dette kan skyldes manglende kunnskap om temaet.

Tiltak:

1. Det fastsettes en egnet beslutningsstruktur som sikrer at klima og miljø ivaretas der denne prioriteringen får budsjettmessig eller andre konsekvenser.
2. Utvikle kompetansen hos innkjøpere innen klima og miljø.
3. Stille krav eller kriterier til miljø i aktuelle avtaler.
4. Stille seriøsitetskrav i aktuelle avtaler og utelukke leverandører som ikke oppfyller disse.
5. Sikre at ansatte har grunnleggende kunnskap om anskaffelser og risikoen for korrupsjon.

Resultatmål	Styringsparameter/KPI
Økning i andel konkurranser hvor miljøkrav eller miljøkriterier er aktuelle, fra 52% ved inngangen til 2026 til 80% i løpet av den nye perioden.	Andel avtaler med krav eller kriterier til miljø.
Økning i bruk av markedsdialog.	Antall gjennomførte konkurranser med markedsdialog.

Delmål 4: Høgskolen skal forbedre samhandlingen og effektivisere anskaffelsesprosessen ved bruk av digitale verktøy.**Ønsket effekt:**

Høgskolen har en kompetent anskaffelses- og innkjøpsorganisasjon med tydelige rollebeskrivelser og avklart ansvarsfordeling. Ansatte og ledere ser på innkjøperrollen som viktig, og kjenner rammene for innkjøp.

Høgskolens anskaffelses- og innkjøpsprosess skal digitaliseres slik at effektiviteten i anskaffelsesprosessen økes, samhandlingen mellom enheter forbedres, lovpålagte krav til dokumentasjon ivaretas på en effektiv måte, og styringsinformasjonen styrkes.

Risiko:

Det er risiko for at rutiner for innkjøp ikke blir kjent i organisasjonen. Dersom det ikke blir etablert gode nok rapporter og rutiner for innkjøp og avtaleoppfølging risikerer høgskolen å tape gevinstpotensialet og å bryte anskaffelsesregelverket.

Tiltak:

1. Ta i bruk digitale verktøy som effektiviserer anskaffelses- og innkjøpsprosessen, styrker beslutningsgrunnlaget for rapporter og analyser og som forbedrer samhandlingen mellom enhetene.
2. Sikre best mulig utnyttelse av de til enhver tid gjeldende verktøy for anskaffelsesprosessen og samhandling.
3. BDM får ansvar for at alle planlagte kjøp estimert til over NOK 100 000 eksklusive merverdiavgift meldes inn.

Resultatmål	Styringsparameter/KPI
Økning i andel automatisk godkjenning av faktura basert på bestilling og innkjøpsplaner i løpet av den nye perioden økes fra 0 % i 2026 til 50 % i løpet av den nye perioden.	Andel faktura som er koblet mot innkjøpsordrenummer.

IMPLEMENTERING:

Anskaffelsesstrategien er gjennomgått av høgskolens ledergruppe og gjøres kjent for hele organisasjonen. Ledere på alle nivåer har en særlig rolle i arbeidet med å sikre at målene i strategien nås, men alle ansatte har et ansvar for å bidra. Innkjøp ved økonomiavdelingen har ansvar for å koordinere arbeidet og rapportere på fremdrift.

Anskaffelsesstrategien skal konkretiseres i en årlig handlingsplan som gjelder for påfølgende år.

Måloppnåelse:

Ved strategiens utløp skal oppnådde fordeler og effekter dokumenteres.

Kommunikasjon:

Strategien publiseres på høgskolens nettsider og gjøres kjent for ledere og avdelinger i organisasjonen for å sikre felles forståelse og etterlevelse.