

# Konkurranseutsetting av avfallstjenester

En analyse av 28 regionale renovasjonsvirksomheter som betjener mer enn halve befolkningen viser at det ikke er noen systematisk sammenheng mellom kostnadseffektivitet og måten virksomheten er organisert på. Heller ikke kundetilfredshet påvirkes av organiseringen på noen systematisk måte.

Av Erlend Eggen

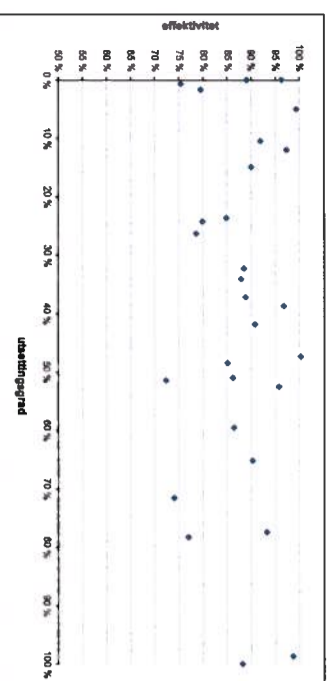


Det er ifølge Erlend Eggen ingen garanti for økt effektivitet at man konkurransesetter og kjøper inn renovasjonstjenester fra private, i stedet for å utføre tjenestene med egne ansatte.

På oppdrag fra Avfall Norge har EDC AS analysert sammenhengen mellom renovasjonsvirksomhetenes praksis og de resultatene som er oppnådd. Analysene er utført syv ganger siden 2003 og omfatter syv resultatområder: på effektivitet, gebyr, standard, kundetilfredshet og et på arbeidsmiljø.

## EFFEKTIVITET OG KONKURRANSEUTSETTING

Figuren under viser kostnadseffektivitet i forhold til utsetting av renovasjonstjenester for året 2013. Den horisontaleaksen viser utsettingsgrad fra 0% («gjør det meste med egne ansatte») til 100% («kjøper inn de fleste renovasjonstjenestene fra underleverandører»). Den vertikaleaksen viser kostnadseffektivitet opp til 100% relativ effektivitet. Det fremgår at det finnes svært kostnadseffektive virksomheter både blant de som konkurransesetter det meste, og de som gjør det meste av jobben med egne mannskaper.



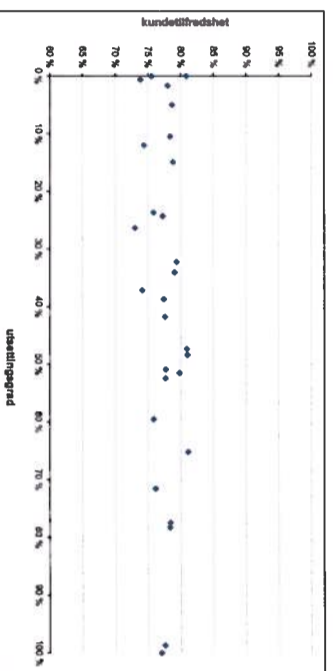
Figur 1. Forholdet mellom effektivitet og graden av konkurranseutsetting.

## KUNDETILFREDSHET OG KONKURRANSEUTSETTING

En sammenstilling av kundetilfredshet og konkurranseutsetting viser tilsvarende at det er oppnådd god tilfredshet både med egne ansatte og med innkjøpte renovasjonstjenester fra underleverandører. Figuren til høyre viser kundetilfredshet i % langs den vertikaleaksen og utsettingsgraden fra lavest (0%) til høyest (100%) langs den horisontaleaksen.

## BENCHMARKING ER NØDVENDIG

Erfaringene viser at andrudene på renovasjonstjenester kan ligge for høyt hvis det er få tilbydere i markedet med tilstrekkelig kapasitet, eller hvis markedsmekanismen fungerer dårlig av andre årsaker. Det er uansett vanskelig å oppnå en effektiv andrudkonkurranse på viktige aspekter som miljø og tjenestestandard. Det som kjennetegner de beste er ikke at de velger en form for organisering fremfor en annen, men at de velger den som passer



Figur 2. Forholdet mellom kundetilfredshet og konkurranseutsetting.

## RAMMEBETINGELSER OG GEBYRNIVA

De naturgitte rammebetingelsene for husholdningsrenovasjon er gitt av områdets utstrekning, hvor langt det må kjøres for å samle inn avfallet, hvor mye avfall som skal hentes og hvor langt avfallet må

best, gjennomfører på en god måte og ikke minst måler resultatene, lærer av og korrigerer avvik.

Resultatmåling og læring er en utfordring når virksomheten har monopol i sitt område, slik det er for husholdningsrenovasjon og andre viktige samfunnstjenester og -infrastrukturer.

For å muliggjøre effektiv og objektiv resultatmåling arrangerer Avfall Norge «Renovasjonsbenchmarking» annethvert år. Regionale renovasjonsvirksomheter får her sammenliknet sine prestasjoner på en rettferdig måte slik at de både kan lære av egen utvikling, og se hvilke virksomheter og løsninger som oppnår best resultat.

# sikrer ikke effektivitet

transporteres til sluttbehandling. I figuren under ser vi at det er en klar sammenheng mellom rammebetingelsene målt på en skala fra 0% (letttest) til 100% (vanskeligst) og gebyr nivået målt i % av middelet. Når det likevel var slik at virksomhetene med vanskeligst rammebetingelser ikke hadde det høyeste gebyr nivået skyldes det først og fremst at de hadde valgt lavere standard

på tjenestene for å holde gebyret nede. Avsetning til fond forstyrrer også dette bilde noe.

Media sprer mye desinformasjon om gebyr nivået. Renovasjonsbenchmarkingen regner ut den faktiske kostnaden pr. husholdning og viser om nivået ligger høyt eller lavt i forhold til det som kan forventes ut fra rammebetingelsene i området.

