

Функция Отдела Закупок

ОСНОВЫ

Клиенты

Акционеры

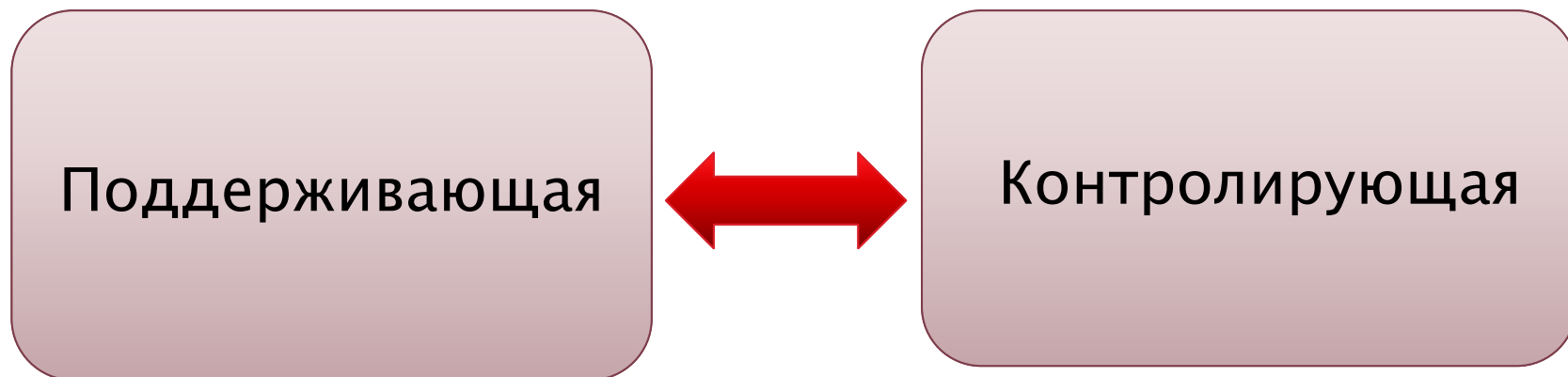
Компания

Сотрудники
компании

Цели

- ▶ Обеспечить эффективное расходование средств компании
- ▶ Обеспечить компанию пулом надежных и добросовестных поставщиков
- ▶ Обеспечить лучшие цены на закупаемые товары и услуги
- ▶ Исключить риск личных интересов сотрудников компании в контрактах с подрядчиками

Характер функции



Методы

- ▶ Отслеживание информации по рынку
- ▶ Базы данных поставщиков по различным категориям
- ▶ Тендеры
- ▶ Benchmark
- ▶ Rate Cards
- ▶ Переговоры

Этика проведения конкурсов

- ▶ Равные условия для всех участников:
 - предоставление одинаковой информации;
 - предоставление тендерного задания одновременно всем участникам;
 - равное кол-во времени на подготовку для всех участников;
 - ТЗ/бриф/тендерное задание не должны содержать спецификаций, которые были бы априори нацелены на одного возможного поставщика;
- ▶ Прозрачные условия оценки предложений (критериев оценки);
- ▶ Одновременное предоставление результатов тендера всем участникам.

Этический Кодекс

Менеджер по закупкам, также как и все прочие участники конкурсов/переговоров по контрактам со стороны Покупателя, должны быть абсолютно непредвзятыми и незаинтересованными в конкретных подрядчиках (материально/кланово/по личным связям).

Их целью должна быть исключительно выгода компании, а не личная выгода.

В принятии решения о выборе подрядчика, помимо непосредственно целей экономии, и даже в большем приоритете по сравнению с ними, находятся общие этический принципы (не использование нелегальной рабочей силы/детского труда, финансовая прозрачность компании, добросовестность в выплате налогов и т.п.)

Что делать, если есть ощущение,
что конкурс проходит нечестно?

Дискуссия



Как стать идеальным поставщиком?

- ▶ Понять, каковы приоритеты компании – в чем ее цели, что ей действительно интересно, и предлагать именно такие решения, а не все подряд. Исходите не из того, что есть у вашей компании, а из того, что потенциально интересно Клиенту;
- ▶ Постайтесь при первой встрече/звонке изложить суть вашего предложения очень четко, кратко и по делу, будьте готовы быстро выслать презентацию компании и непосредственно того, что вы предлагаете по электронной почте;
- ▶ Предлагайте решения: на встречах задавайте все вопросы, чтобы понять, где у Клиента есть «сложности» и предлагайте решения – даже по вопросам только косвенно относящимся к предметам переговоров. Думайте за Клиента. Вставайте на его место. Смотрите в будущее его глазами. Это сделает вас незаменимыми!
- ▶ Познакомьтесь с бухгалтерией и узнайте, как устроен процесс оформления документов, оплаты – следуйте четко этим правилам, звоните, чтобы уточнить и проконсультироваться напрямую бухгалтеру, с которым познакомились. Это обеспечит своевременные платежи!

Чего не стоит делать

- ▶ Быть излишне навязчивым;
- ▶ Дарить подарки;
- ▶ Пытаться пойти в обход отдела закупок;
- ▶ Пытаться оказывать давление;
- ▶ Пытаться «зайти в компанию» через знакомых/друзей/родственников;
- ▶ Считать, что главное заключить контракт, а потом можно повысить цены/поменять условия.

Заключение

Помните, что рынок состоит из нас с вами.
Именно мы, и наше поведение формирует
правила игры сегодня и закладывает основу
завтрашнего дня!