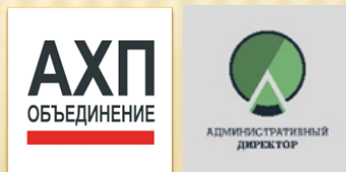

ООО «Административный директор»

Что такое политики и процедуры
по закупкам.

Закупки через внутренние тендеры.



Политика по закупкам – это правила приобретения товаров, работ и услуг, необходимых для обеспечения функционирования компании.

Объясняют, что надо делать.

Процедуры по закупкам – это документы, следующие из принятой Политики по закупкам.

Объясняют, как выполнять то, что написано в политиках.

В разных компаниях разные обозначения процедур: регламенты, инструкции, методики...

- повышение качества деятельности и внутреннего управления компании;
- построение взаимоотношений между подразделениями компании;
- обеспечение устойчивого финансового развития компании;
- развитие потенциала компании;
- предотвращение конфликтов интересов, противоречий между личными интересами и должностными обязанностями;
- минимизация рисков финансового менеджмента.

- открытость, прозрачность информации о контрактной системе в сфере закупок;
- обеспечение конкуренции;
- профессионализм заказчиков;
- стимулирование инноваций;
- единство контрактной системы в сфере закупок;
- ответственность за результативность обеспечения государственных и муниципальных нужд;
- эффективность осуществления закупок.

Конкурентные – предусматривают наличие нескольких поставщиков продукции или исполнителей услуг:

- конкурсы (открытый, с ограниченным участием, двухэтапный, закрытый с ограниченным участием, закрытый двухэтапный);
- аукционы (электронный аукцион, закрытый аукцион);
- запрос котировок;
- запрос предложений.

Неконкурентные – приобретение товаров, оборудования или услуг у единственного поставщика или подрядчика.

Закрытый конкурс в коммерческой компании:



Содержание:

Действующий бюджет на тревел – услуги

Техническое задание к тендеру.

Анализ поступивших предложений.

Проект протокола тендерной комиссии

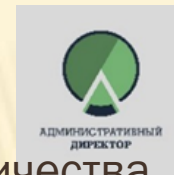
Цели и задачи, которые будут поставлены перед выбранным поставщиком.

План имплементации (вхождения) поставщика в нашу компанию.

Дисквалификация.

Заключение.

Цели и задачи по сотрудничеству:



Сбор статистической информации за первый квартал или полугодие сотрудничества.

Установление показателей KPI на _____г.

Основные пути сокращения расходов – это оптимизация внутренних процедур, правильный выбор услуг и соответствующих поставщиков этих услуг, построение и соблюдение тревел-политики внутри компании, использование электронного документооборота.

KPI 1 - Введение контроля за реализованной экономией

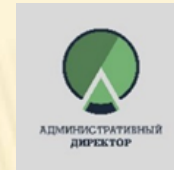
В _____ году для компании предлагаем внедрять систему отслеживания, примененных тарифов для каждой транзакции по оформлению авиабилетов или Air Fare Saving процедуру. В каждое PNR (бронирование) система должна будет вносить 3 дополнительные аналитики:

Reason code – причина выбора тарифа

Стоимость в запрошенном классе The lowest – минимальный возможный тариф на момент обращения

Максимальная стоимость в запрошенном классе бронирования (экономический или бизнес)

Цели и задачи по сотрудничеству:



Для целей данной процедуры под Минимальным и Максимальным тарифами мы предлагаем фиксировать следующее:

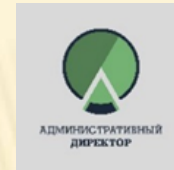
Минимально возможный тариф - это минимально возможная стоимость на авиабилет по прямому перелету на данном направлении, существующая в системе бронирования Агентства, но по тем или иным причинам не доступная на момент оформления перевозки.

Максимально возможный тариф - это максимально возможная стоимость на авиабилет по данному направлению в том же классе бронирования.

ЗАДАЧА: Получить информацию по полученной/упущенной экономии.

ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ИЗМЕРЕНИЯ: Внедрение Reason codes – причин выбора тарифа (Air Fare saving remarks)

Цели и задачи по сотрудничеству:



РЕЗУЛЬТАТ 1 ПОЛУГОДИЯ: внедрение AFS и установить плановое значение KPI по упущенной и реализованной экономии на 1-ое полугодие _____ года.

РЕЗУЛЬТАТ 2 ПОЛУГОДИЯ: Получить реализованную экономию на уровне XX% на базе установленных KPI.

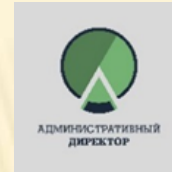
KPI 2 - Заблаговременная покупка билетов – Advance Purchase

ADVANCE PURCHASE – показатель, позволяющий измерить количество заблаговременно купленных билетов. Если делаем заказ заблаговременно, мы можем сэкономить до 20% от обычной стоимости авиабилетов. Согласно мировым стандартам 60% билетов должно быть выкуплено не позднее, чем за 7 дней до вылета.

ЗАДАЧА: Внедрение отслеживания ADVANCE PURCHASE_ KPI

ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ИЗМЕРЕНИЯ: Отчетность по срокам покупки

Цели и задачи по сотрудничеству:



РЕЗУЛЬТАТ 1- го ПОЛУГОДИЯ: Внедрить процедуру предупреждений для сотрудников, приобретающих билеты менее чем за 7 дней:

- 1 вариант – предупреждение о нарушении политики заблаговременной покупки в момент направления пассажиру опций перелета.
- 2 вариант - внедрение дополнительной авторизации руководства или тревел менеджера

РЕЗУЛЬТАТ 2-ого ПОЛУГОДИЯ: Более XX % билетов покупаются более чем за 7 дней.

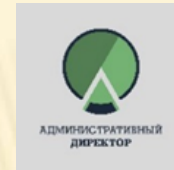
KPI 3 - LLF – Lowest Logical Fare

Lowest Logical Fare - это минимально возможная стоимость на авиабилет по данному направлению, на прямых рейсах, существующая в системе бронирования поставщика и фиксируемая на момент покупки билета.

Для оценки уровня соблюдения правила применения наименьшего логического тарифа компании необходимо понимать, какое количество билетов за прошедший период было куплено по минимальному логическому тарифу - Lowest Logical Fare.

ЗАДАЧА: Внедрение в работу со стороны поставщика фиксирование минимальной цены на момент покупки билета

Цели и задачи по сотрудничеству:



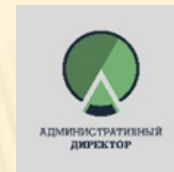
ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ИЗМЕРЕНИЯ: Отчетность по количеству билетов, купленных по минимальной стоимости.

Во время осуществления бронирования поставщик закрепляет минимально возможную цену, предложенную сотруднику и возможную да данном направлении.

РЕЗУЛЬТАТ 1 ПОЛУГОДИЯ: По результатам первого полугодия, оценить объем билетов, покупаемых по минимальной стоимости.

РЕЗУЛЬТАТ 2 ого ПОЛУГОДИЯ: Более XX% билетов было приобретено по reason code - ACCEPTED LOWEST FARE.

План имплементации (вхождения) поставщика:



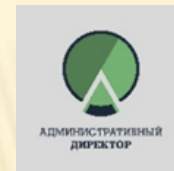
- Построение профайла компании на основании положения о командировании, принятых в компании лимитов и грейдов, согласованных условий работы.
- Построение взаимодействия с ВИП сотрудниками на основании уже существующего бизнес процесса, разработанного и адаптированного согласно рекомендациям членов правления одного из наших крупных клиентов из банковской сферы.
- Сбор информации для создания профайлов сотрудников региональных офисов:
 - а) консолидированный файл с информацией о всех сотрудниках (возможен формат выгрузки из back office системы компании),
 - б) создание профайлов по мере обращения.
- Перед началом сотрудничества обучение выделенного(ых) менеджера(ов) и знакомство с помощниками первых лиц.
- Начало сотрудничества на платформе outplant (выделенный менеджер или группа менеджеров, находящийся на территории офиса поставщика). При увеличении объема или необходимости личного присутствия в офисе компании переход на платформу обслуживания implant, а так же распределение региональных заявок по локациям офисов поставщика в соответствии с офисами компании.
- Согласование срока и формата предоставления закрывающих документов и аналитической отчетности.

Заключение:



Выбор поставщика по итогам закрытого конкурса, проводимого в компании, заключение договора, постановка целей и задач перед поставщиком в ходе сотрудничества, контроль за выполнением целей и задач позволит получить следующее:

- Генерировать и анализировать общую статистику по затратам на тревел – услуги,
- Повысить эффективность контроля за исполнением тревел – политики,
- Разработать меры по оптимизации тревел – политики,
- Разработать меры по сокращению расходов на поездки,
- Получить более выгодные условия от поставщика,
- Упростить и сделать более прозрачной отчетность по командировкам,
- Улучшить показатель безопасности сотрудников.



Спасибо за внимание!

■