

供应商 多元化 战略 计划

Oregon Health & Science University

2023

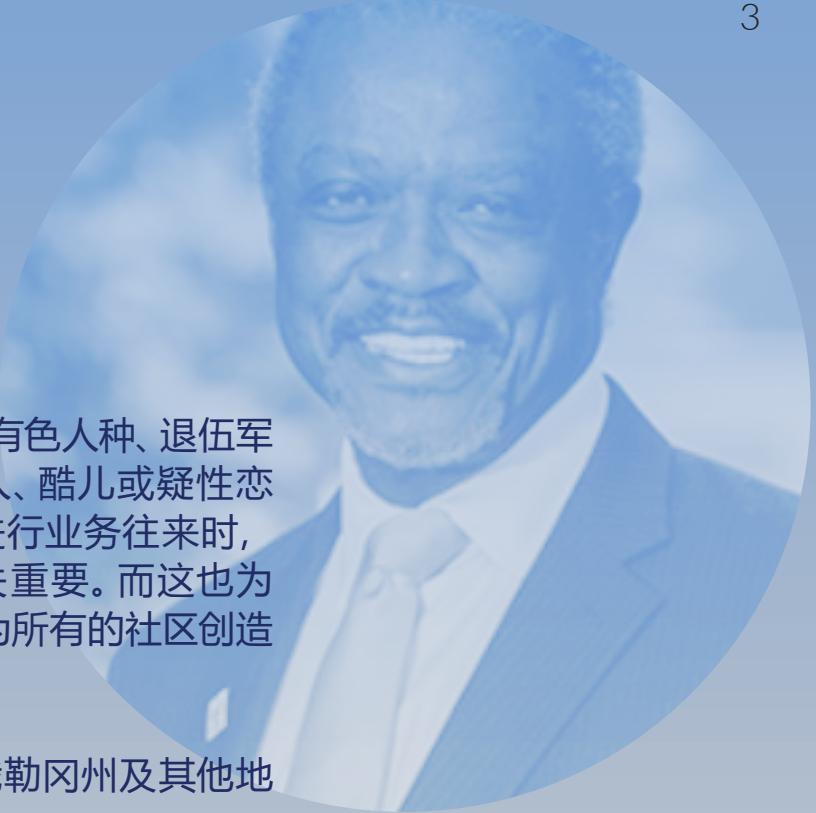


目录

供应商多元化概述	4
目标	4
行动呼吁	5
<hr/>	
执行摘要	7
使命	7
愿景	7
成功因素	8
<hr/>	
现状	9
可寻址支出	9
基准数据	9
推荐	9
计划成熟度	10
<hr/>	
未来状态	13
治理	13
<hr/>	
成功的产出是什么	15
2023财年	15
2024财年	16
2025财年	17
展望未来	18
(2025财年及以后)	
<hr/>	
指标和期望	19
结果性指标 (目标) :	19
价值和影响	
预测性指标 (方法) :	19
运营绩效和	
关系质量	
数据和报告可用性	20
<hr/>	
组织结构和预算	21
<hr/>	
总结声明	23
<hr/>	
支出分析	25
<hr/>	
SWOT分析 – 结果	27
<hr/>	
RGMA Five Levels™, Ralph G. Moore & Associates (RGMA)	28
<hr/>	
指标和期望	37
<hr/>	
商业定义	41

总裁支持声明

3



OHSU认识到，当与由不同群体（如女性、有色人种、退伍军人、女同性恋、男同性恋、双性恋、变性人、酷儿或疑性恋和残障人士）拥有和经营的美国供应商进行业务往来时，推动其增长和提供稳定的收入来源至关重要。而这也为OHSU提供了高品质的产品和服务，同时为所有的社区创造了共同价值。

因此，供应商多元化显然符合我们改善俄勒冈州及其他地区人民健康和福祉的使命。

我们致力于通过提供缔约机会和支持供应商发展，为经过认证的多元化供应商提供更多的供应链机会。未来，多元化、公平性和包容性应当与富有慈心关怀、品质和卓越一样，整合到我们所有的使命战略和社区伙伴关系中。这将反映在我们利用所有成员优势的方式和我们所做的一切上——从招聘到与供应商签订合同，再到为我们的患者和我们服务的其他人创造一个温馨的环境。

以下计划反映了我们对未来的规划。

谨致问候，



Danny Jacobs, 医学博士, 公共卫生硕士, FACS
主席, OHSU

供应商多元化概述

经认证的多元化供应商

经过认证的多元化供应商必须由第三方机构验证, 这些机构会审查企业的所有权和管理状况。供应商必须是营利性企业, 至少51%的股份由属于以下群体的美国公民拥有、经营和控制:

- 少数族裔
- 女性拥有的企业
- LGBTQ+ (女同性恋、男同性恋、双性恋、变性人和酷儿或疑性恋)
- 退伍军人和服役致残退伍军人拥有的企业
- 残疾人士

目标

Oregon Health & Science University (OHSU) 将通过与内部团队、外部组织和合作伙伴的密切合作, 积极鼓励、促进和支持我们在供应链中采用小型和多元化企业。

该计划应适用于OHSU依据联邦、州和OHSU政策制定的所有商品和服务采购, 包括建筑合同。

行动呼吁

通过采购帮助弱势和代表性不足的群体，我们不仅是在履行企业公民的责任，也在**践行我们对生活和经营所在社区的社会承诺**。我们的供应商多元化计划将为**弱势和代表性不足的企业创造经济机会**。这不仅是商业责任，更是道德需要。

与OHSU2025计划的关联

该倡议与OHSU2025计划一致，后者围绕我们的愿景构建：OHSU将与伙伴携手合作，使俄勒冈州成为健康与科学创新的全国领军机构，以改善所有俄勒冈州所有居民及其他人的健康与福祉。

六个目标——永恒的愿望——构成了OHSU的基础2025计划：

1. 营造一个多元化与公平的环境，让所有人都能茁壮成长并取得杰出成就
2. 成为转化式学习的目的地
3. 加强每个社区的健康和医疗保健
4. 探索和创新，推动科学进步并改善全世界的健康状况
5. 与社区合作共创更美好的世界
6. 确保可持续的基本基础设施

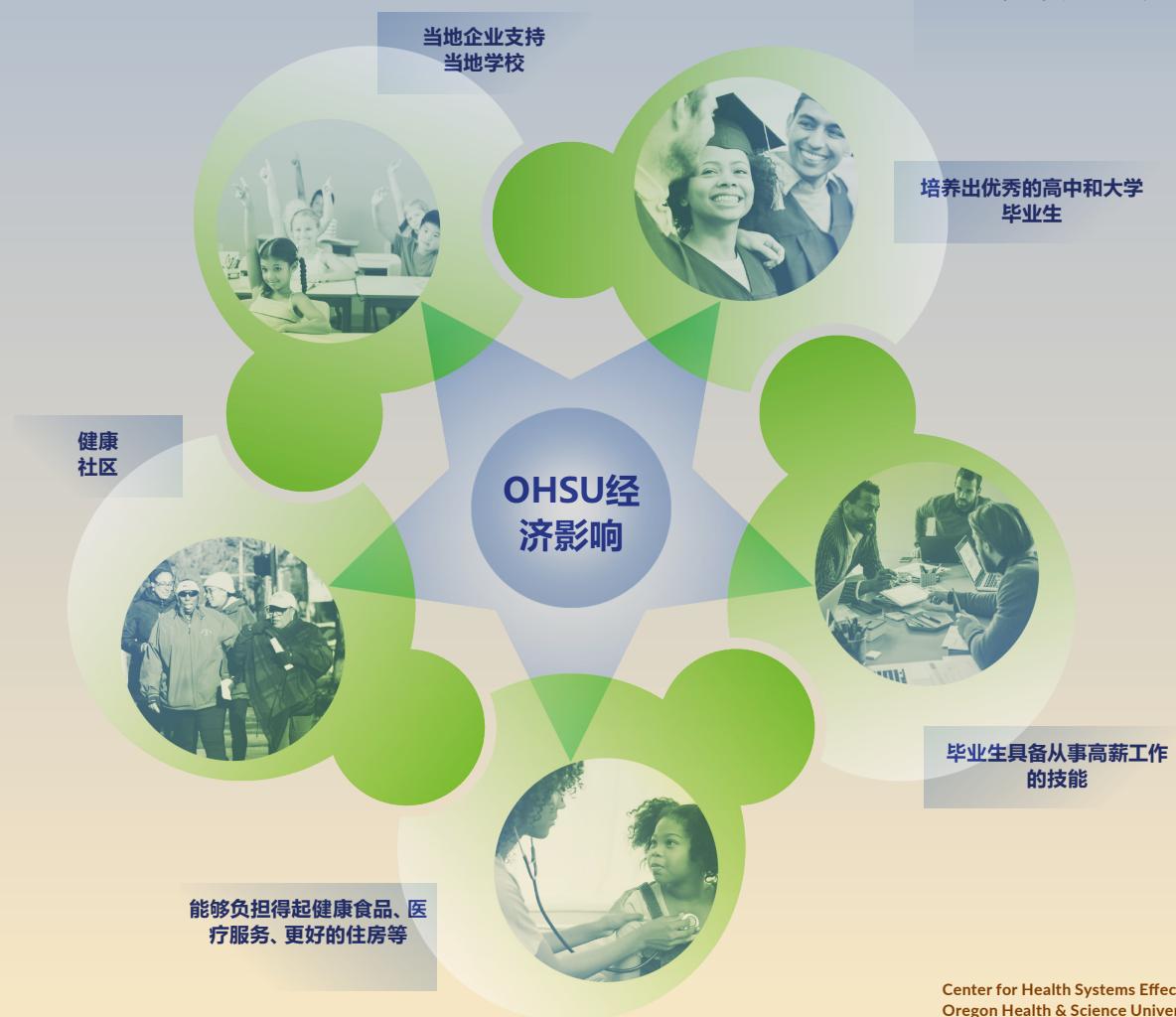
在社区层面实现包容性经济增长对于解决种族和性别不平等的根本原因至关重要。任何形式的歧视都会限制人们获得改善健康的社会要素的机会，并加剧健康不平等。

- Venkat Yepuri, 副总裁

全球业务解决方案和
战略采购, Amgen

OHSU增加针对当地多元化供应商的支出可以影响：

- 医疗保健的获取和质量
- 教育的获取和质量
- 社会和社区环境
- 经济稳定性
- 邻里和建成环境





执行摘要

OHSU将招聘具备合适技能、经验和态度的关键员工,从而实现供应商多元化。我们将重新审视和完善对于多元化供应链造成系统性偏见的政策与程序。最后,我们将采用内部和外部技术解决方案以实现自动化进度报告和计划可视性。

使命

OHSU致力于构建一个包容、全面和创新的供应商多元化计划,该计划要与我们的使命、愿景和价值观保持一致,并融入我们的战略寻源与采购流程。该使命旨在通过与企业建立伙伴关系、支持其发展以及与志同道合的社区组织合作,推动不同社区的经济增长和活力。

愿景

这是一场运动,而不仅仅是一个瞬间!

通过以下方式将多元化融入我们战略采购价值主张的本质:

- 建立强大的变革管理机制,促进持续的变革,使目标实现过程更加透明,并支持计划的整体健康发展。
- 将OHSU定位为供应商多元化思想领袖,引领社区合作伙伴和倡导团体。
- 量化我们与多元化供应商合作所带来的经济影响。



成功因素

成功实施供应链催化剂建议，以加速OHSU供应链的成熟，为组织提供更高的价值。

OHSU需要重新审视和修订扩大供应链寻源控制范围的文化、行为和业务流程变革，以确保供应商多元化计划取得成功。

OHSU的现行政策给予部门层面相当大的自由度，即可为\$250,000万美元以内的交易选择供应商。为了最大限度地为多元化供应商创造机会，寻源和供应商多元化部门应尽早参与，以影响采购决策。

其他因素包括：

- 建立强大的变革管理机制，促进持续的变革，使目标实现过程更加透明，并支持计划的整体健康发展。
- 将OHSU定位为供应商多元化思想领袖，引领社区合作伙伴和倡导团体。
- 量化我们与多元化供应商合作所带来的经济影响。



现状

可寻址支出

确定可寻址支出或受管理支出是了解供应链和供应商多元化活动可以影响哪些支出领域的第一步。这是定义供应商多元化指标和根据财政机构影响采购决策的能力定制目标的关键一步。

可寻址支出分析是一个费时费力的过程，需要随着供应商多元化项目的成熟和机构投资于长期供应商发展活动的意愿的增加而持续完善，从而使以前不可寻址的支出变得可实现。

供应商多元化团队与中央支付、预算和财务以及BI分析（2022财年完整数据集）合作，以确定数据来源和支出排除方法，从而确定了\$8.28M亿美元的供应商多元化可寻址支出。2022财年的多元化供应商支出为1.69%（\$13.9M万美元），而非多元化支出为 \$814M亿美元。

推荐

目标建议应在供应商多元化项目稳定运营18个月后被纳入2025财年指标。

基准数据

OHSU等机构会采用下方的基准信息进行计划构想，而非目标设定。由于没有统一的支出假设、排除标准或公认的认证，在最好的情况下，比较起来也成问题：

“我们已经看到成员建立或规定了每年5%-30%的强制性目标，”2022年11月，Vizient供应商多元化和社会投资影响副总裁Shaleta Dunn。

Supplier.io 2021年供应商多元化计划现状 – 177家公司接受调查；针对多元化供应商的平均支出为5.9%。 ©supplier.io 2021. 保留所有权利。

The Hackett Group 2019年供应商多元化：在合规的基础上更进一步可创造富有意义的价值。多元化支出占总支出的中位数为11%，但在纵观所有组织时，这一比例差异巨大。”

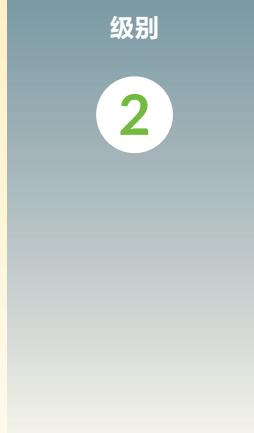
DiversityInc 2019供应商多元化报告指出，“最佳采购支出为18.65%用于1级多元化供应商，3.85%用于2级多元化供应商。我们的调查发现，平均供应商多元化计划支出占可寻源支出的14.5%。”

计划成熟度

在供应链/物流领导团队成员的协助下, 供应商多元化计划进行了SWOT (优势、劣势、机会和威胁) 分析, 并使用RGMA的5级供应商多元化评估了供应商多元化计划的成熟度 (完整分析参见附录)。RGMA模型定义了供应商多元化计划的成熟度水平, 并指出必须存在哪些产出 (能力和技能) 才能升至更高的公认成熟度水平。

RGMA 5 LEVELS™

早期供应商多元化计划



侧重于合规的供应商
多元化计划

传统供应商多元化计划



分析表明OHSU供应商多元化计划处于1级成熟度。我们的目标是在12/31/2025日之前达到3级成熟度。



世界一流的供应商
多元化战略





*Billion Dollar Roundtable*和*National Minority Supplier Development Council (NMSDC)*等领先机构已采纳1994年推出的RGMA Five Levels™，后者是衡量全球企业供应商多元化计划的黄金标准。尽管当前的健康、社会和金融危机加剧了重新构想供应商多元化的紧迫性，但变革的需求已经积累了30年，并受到以下因素的推动：

- 数字颠覆
- 人口结构颠覆
- 战略寻源的出现
- 对全球供应链的依赖性增加
- 更加关注经济、社会和环境的可持续性
- 多元化、公平性和包容性的重要性提升

0-3级：供应商多元化计划；特征包括：

0级：无贡献的供应商多元化计划：没有实施供应商多元化计划的计划。

1级：早期供应商多元化计划：仅根据客户要求或经过扩展的DE&I（多元化、公平性和包容性）承诺开始着手行动。

2级：侧重于合规的供应商多元化计划：此类计划的唯一目的是满足客户对多元化供应商使用的要求。

3级：传统供应商多元化计划：此类计划具有可视性，但由于缺乏高层领导的参与，影响有限。

富有远见的首席执行官和高级管理层具有影响力、资源、预算和责任感，可以将供应商多元化计划提升到业务多元化战略的高度。业务多元化价值主张可在以下方面产生影响力：

- 卓越运营
- 品牌资产和提升声誉
- 经济正义
- 社区转型

4级：高级企业对企业多元化战略；特点包括：

- 最高管理层积极参与。
- 供应商多元化负责人是总监或以上级别，与品类管理、战略采购、营销和销售、可持续发展和社区具有战略关联。
- 一支明智的供应商多元化团队得到充足的资源支持。
- 咨询委员会/指导团队已部署妥当，可提供指导和执行支持。
- 面向所有员工的强大业务培训策略。
- 为供应商制定了创新的能力建设战略。
- 机会从供应链扩展到整个价值链，以增加专业服务和外包的机会。
- 以达成使命为宗旨的Prime Supplier计划（借助目标支持计划的合同语言）。

5级：一流的业务多元化战略；特点包括：

- 供应商多元化主管是副总裁（或以上）以及所有多元化和可持续发展委员会的活跃成员，也是地方和国家倡导组织的活跃领导者。
- 业务多元化战略与可持续发展和DE&I战略保持一致。
- 供应商多元化对社区转型的贡献是最高管理层的一个绩效指标。
- 多元化供应商整合在整个全球供应链中。
- 业务部门具有定量和定性的业务多元化目标。
- 对市场份额和股东价值的贡献是重要的指标。
- 获得国家认可和奖励已纳入年度计划。
- 最高管理层积极领导。

未来状态

OHSU将因以下形式的计划交付而广为人知
（“北极星”）：

卓越执行	通过对政策和采购程序的遵守情况进行衡量
计划能力和技巧	分析支出模式，提出供应商推荐，为各级财务主管提供计划可视性，与内部和外部合作伙伴合作
多元化供应商发展的成功	增强多元化供应商社区的商业洞察力，及其与OHSU和其他机构开展业务的能力
认可卓越的供应商多元化	计划的成功发布于：行业和当地杂志文章，白皮书

治理

委员会结构

执行 - 执行指导委员会定义如何制定战略路线图决策，让供应商多元化的可交付成果与业务成果保持一致。执行指导委员会由高层领导、副总裁和任务负责人组成。委员会通过将投资与业务目标和交付能力相匹配并确定优先级，推动项目的成功，并监督和指导项目以保护其收益并降低项目风险：

- 在供应商多元化计划总监和供应链/物流AVP的建议下设定计划目标。
- 在组织内倡导供应商多元化支出目标。
- 指派指导委员会成员和/或部门联络人直接与供应商多元化计划合作，以识别、审查和选择多元化供应商，以实现分配的供应商多元化计划目标。
- 定期审查年度和长期计划目标的状态。
- 每年根据采购合规指标和能力/技能重新审视政策，以支持实现供应商多元化目标。
- 审批报告修改和可视性级别。



指导 - 推动在其组织内采用供应商多元化计划的使命和愿景, 选择多元化的供应商以满足业务需求。指导委员会由董事、部门负责人、主题专家和合作伙伴组成, 他们可以在技术、方法和变革管理方面提供帮助:

- 供应商多元化计划要素和目标制定的贡献者。
- 通过识别、审查、重新投标和拆解当前和未来的需要, 促进组织内与寻源方案相关的变革; 支持将推动实现供应商多元化计划目标的其他采购实践。
- 担任计划大使, 在其团队和整个组织内向下传播供应商多元化的商业必要性。
- 协助采购政策和SOP的发展, 并确保在其组织内执行相同的政策。

成功的产出是什么

增强供应商多元化计划的能力和技能将推动长期可持续的成功。

2023财年

下列计划能力和成熟度产出，以实现第2阶段——侧重于合规性/孵化

- 更新采购政策，以纳入更能反映代表性不足社区的供应商。
- 系统可用于监督承包商对OHEP-IPA少数族裔女性新兴小型企业 (MWESB) 包容性目标的遵守情况。
- 培养供应商多元化计划人员，以增强能力和团队技能，以审核计划合规性，开展内部和外部外展培训并进行支出分析，以确定多元化供应商的参与机会。
- 根据OHSU的使命和指导委员会和执行委员会的愿景，编写供应商多元化战略计划并寻求批准。
- 定义用作支出报告分母的可寻址支出总额（包括删除所有与员工相关的支出）。
- 实施系统和流程以提高我们对多元化供应商的识别能力并跟踪供应商支出和多元化指标。
- 开发关键绩效指标 (KPI) 仪表板和用于运营和领导层审查的标准报告。
- 与社区事务、传播和营销团队合作制定传播和外展计划。
- 构建路演审查以推广计划，确定现状并审查特定组织的支出模式。
- 与采购总监合作，制定桌面流程，与合同和采购团队合作，确定何时以及如何与供应商多元化计划团队合作。

2024财年

下列计划能力和成熟度产出, 以实现从第2阶段至第3阶段(传统)的跃升

- 建立一个外部供应商多元化网站, 包括供应商注册、如何与OHSU开展业务、活动日历、当前缔约机会等内容。
- 启动内部合作伙伴路演以推广计划, 确定现状并审查特定组织的支出模式, 以为多元化供应商创造机会。
- 存在战略计划简报、使命和愿景以及执行承诺, 并在OHSU外部网站上公开。
- 使用供应商数据和OHSU部门信息调查多元化供应商的机会; 在路演期间与财务负责人或其委托人员分享分析。
- 供应商多元化计划参与语言已起草并提供给寻源人员以在缔约过程中使用。
- 供应商多元化计划团队高度参与地方/国家活动; 参与品牌推广机会; 发言并参与小组讨论; 打造OHSU标志性活动以传播知识、提供建议并分享缔约机会。
- 向指导/执行委员会提交企业供应商多元化目标建议和连带方法。
- 制定试点计划, 让I级(直接)供应商能够向OHSU分享/报告其针对多元化供应商的支出(称为II级报告)。

2025财年

下列计划能力和成熟度产出, 以实现第3阶段——传统

- 为目标公司提供发展和咨询服务。这些服务的形式包括导师/门徒关系、高级教育课程/培训、奖学金等。
- 根据自供应商多元化计划实施以来不少于 (NLT) 18个月的数据支出分析, 已经确定了多元化供应商的支出目标。
- 通过将领导薪酬 (奖金/激励薪酬) 与实现年度多元化目标相挂钩以推动问责制, 例如成长对话的加权因素对业绩考核的影响。
- 实施自动化系统和/或工具以管理II级数据的采集和报告。
- 已确定内部认可流程, 以特别支持供应商多元化计划, 帮助提高计划可视性和管理变革。
- 利用运营报告机制监督采购流程、政策合规性和申请工作流程。
- 供应商多元化计划将根据已知客户需求和购买历史, 在内部供应商多元化计划网站上发布一份预审供应商列表。

展望未来 (2025财年及以后)

供应商多元化主管是副总裁 (或以上)；所有多元化和可持续发展委员会的活跃成员；与品类管理、战略采购、营销和销售、可持续发展和社区具有战略关联；也是地方和国家倡导组织的活跃领导者。

供应商多元化计划将其计划管理和/或影响力扩展到附属公司、网络合作伙伴和合资企业参与者。

多元化供应商机会已经从供应链扩展到整个价值链，包括专业服务和外包。

供应商多元化计划是多元化供应商并购 (M&A) 活动的倡导者，这是在多元化供应商、服务提供商和业务合作伙伴中构建能力的标准工具。

OHSU业务多元化对社区转型的贡献是最高领导层的绩效指标之一，这一指标将下达至部门级管理人员。



指标和期望

衡量流程将建立在深思熟虑的系统化方法之上，以提高多元化供应商的绩效，以及帮助OHSU增加对多元化供应商采用的行动计划。我们的指标还将侧重于对多元化供应商的采用。我们认为，这些指标将帮助我们提升组织绩效并影响结果。

结果性指标（目标）：价值和影响

- 支出的可寻址金额总计
- 针对多元化供应商支出的可寻址金额总计（汇总和按照多元化类别划分）
- 按类别划分的多元化供应商总数
- 多元化供应商支出（按多元化类别划分）占总可寻址支出的百分比
- 合同合规
- 经济影响研究（2026）

预测性指标（方法）：运营绩效和关系质量

- 遵守采购政策和标准操作规程
- 采用

根据申请权限，向供应链/物流组织和其他组织提供搜索多元化供应商的功能。报告可以按需生成，但也会定期正式生成。请注意以下矩阵：

多元化供应商识别—KPI数据更新

频率	申请者	供应商多元化办公室	部门级指标
每月KPI更新			✓
每月数据提要		✓	
实时供应商搜索	✓		

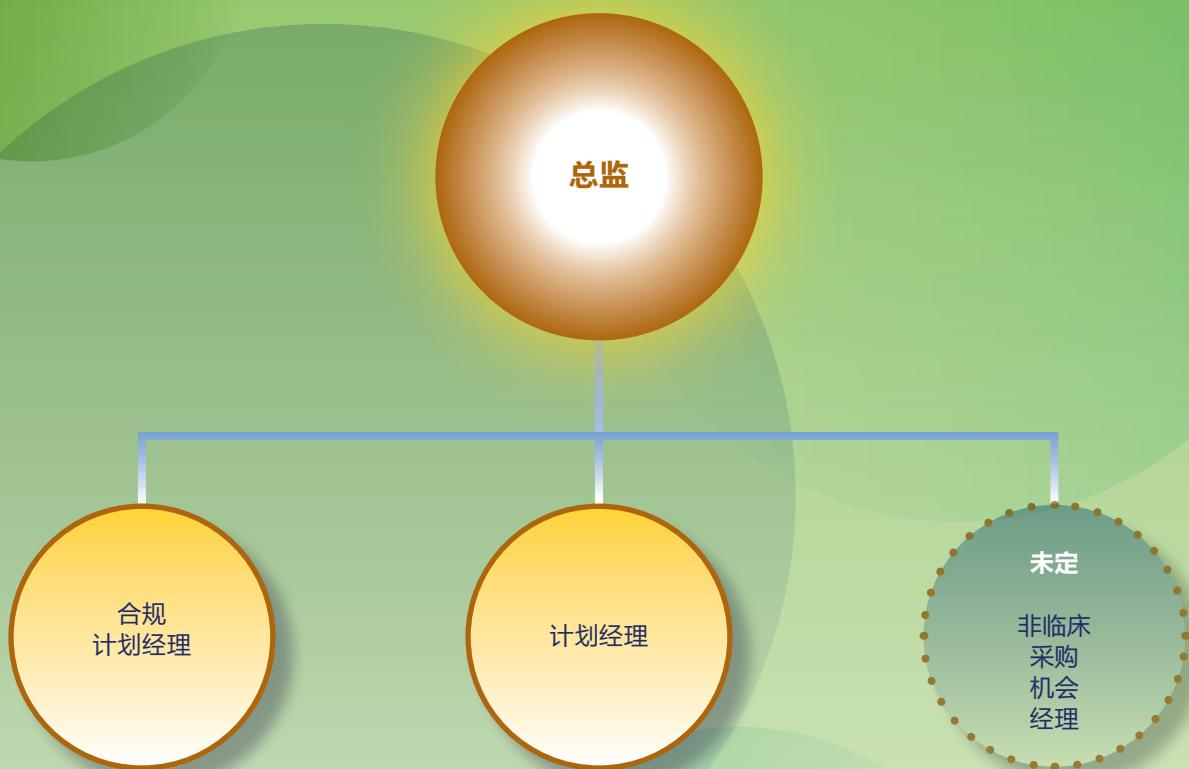
正式计划报告

频率	指导委员会	执行委员会	董事会
年度			✓
半年度		✓	
季度	✓		

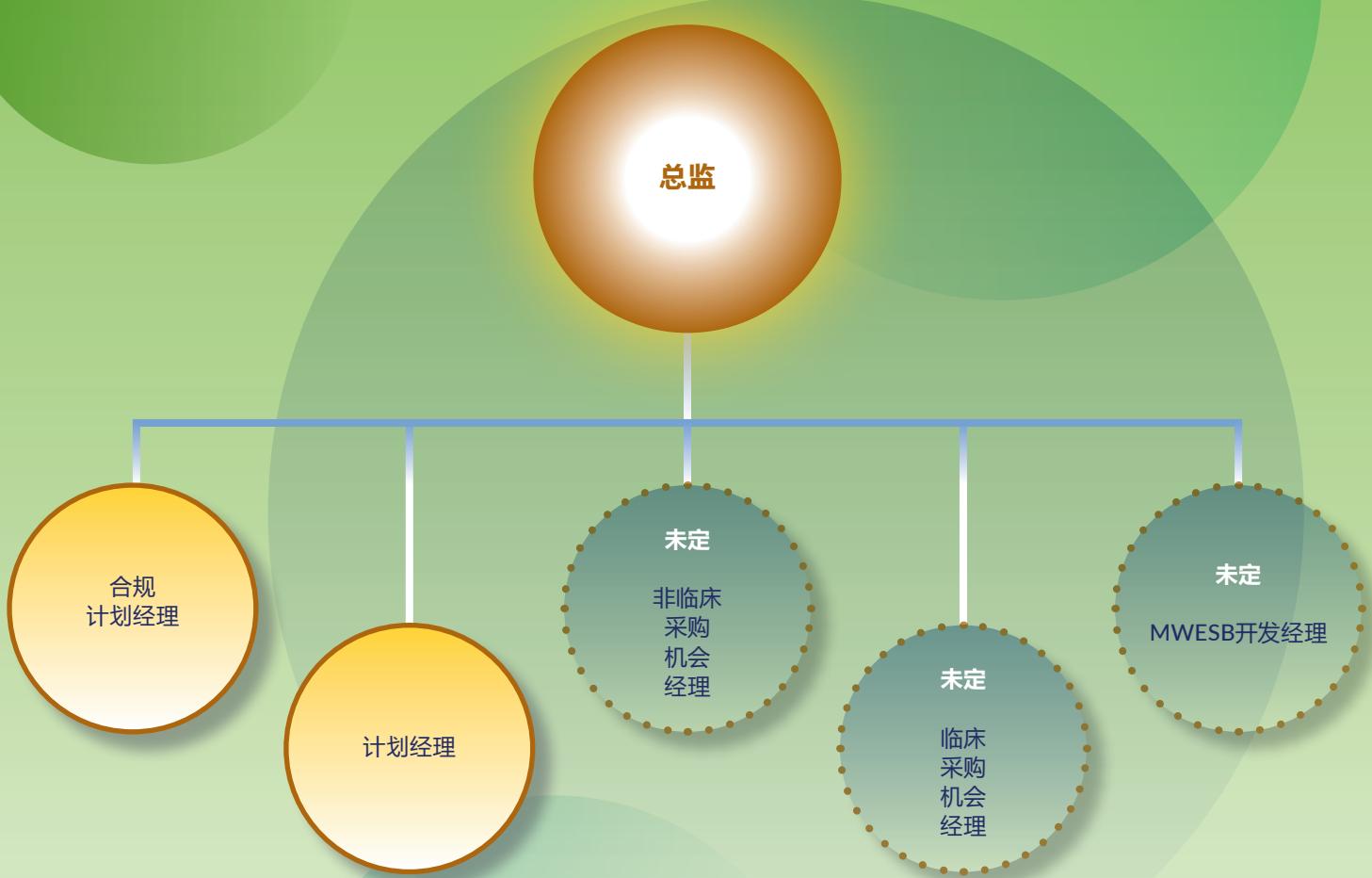
组织结构 和预算

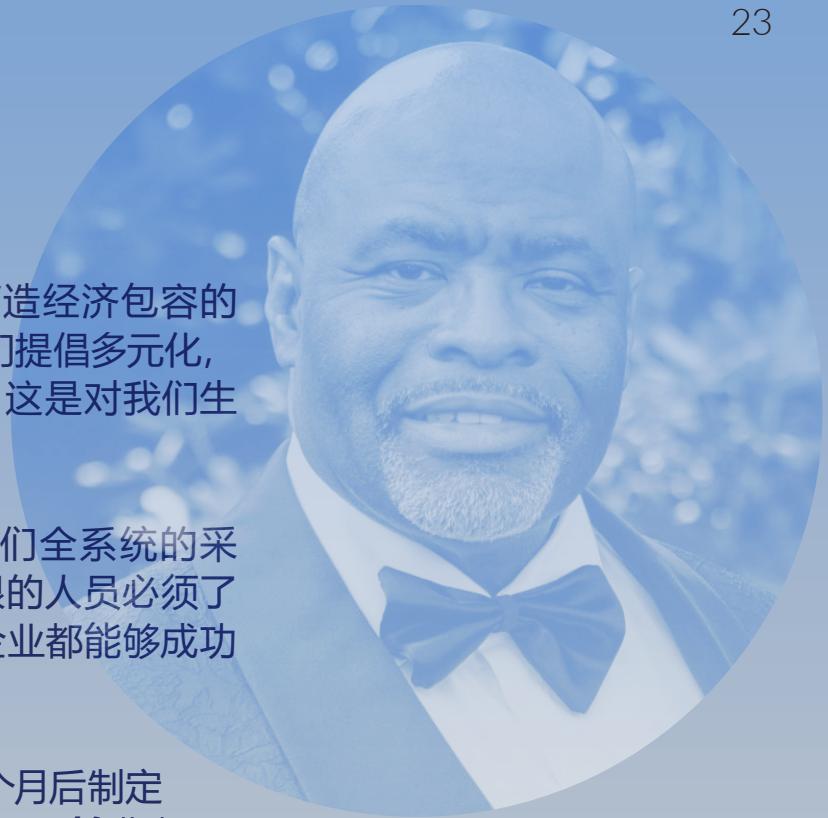
21

2023财年



2024-2025财年: 增长计划





供应商多元化 为代表性不足的供应商营造经济包容的氛围。作为一家主要的医疗保健机构，我们提倡多元化，并成为创造包容性文化的公认领军机构，这是对我们生活和运营所在的社区的社会承诺。

重要的是，所有企业都要有机会参与我们全系统的采购，代表OHSU行使主要或委派采购权限的人员必须了解创造公平竞争环境的价值，以便所有企业都能够成功竞争OHSU的采购机会。

我们将在**供应商多元化计划**稳定运营18个月后制定**供应商多元化计划**目标推荐，将其纳入**2025财年**指标，并将方法传达给领导层。

多元化可拓宽视野并鼓励供应链创新，这只会加强OHSU的未来增长。该计划的固有成功以及该计划中概述的战略举措与所有OHSU行政部门、教职员的承诺直接相关，通过开展团队合作，OHSU将成为**供应商多元化**方面的领军机构。

谨致问候，

Dana Hill
供应商多元化计划总监, OHSU

附录

支出分析

SWOT分析

RGMA Five Levels™, Ralph G. Moore & Associates (RGMA)

指标和期望

OHSU认证认可业务规则

商业定义

支出分析

可寻址支出

首先, 我们确定支出中的哪些部分是可寻址的, 哪些部分是不可寻址的。可寻址支出是指导源活动可以影响或“增加价值”的商品和服务, 例如:

- 改进定价或条款
- 直接采用标准和/或认可的供应商
- 确保考虑机构优先事项, 例如多元化支出和/或环境/可持续性问题

不可寻址支出是指导源活动无法影响的支出:

- 福利和养老金活动
- 州/联邦交易
- 公用事业

与中央支付、预算和财务以及BI分析合作, 我们的分析排除了以下内容:

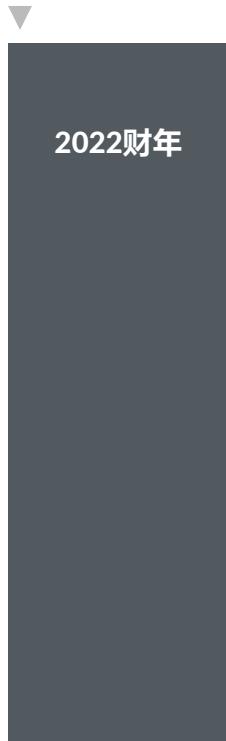
个人	交易	个人服务供应商
• 员工	• 津贴支付	• 政府机关
• 患者	• 激励奖励	• 国外政府机关
• 学生	• 小额备用金	
• 酬金接受者	• 工资扣款	
• 受益人		
• 退税接受者		

此审核所生成的结果是寻源可寻址支出。对于多元化供应商分析，我们必须进一步细分以确定一个支出类别内多元化供应商的可用性，这进一步将寻源可寻址支出细化为供应商多元化可寻址支出，2022财年为\$828M亿美元。

2022财年多元化供应商支出为1.69% (\$13.9M万美元)，而非多元化供应商支出为\$814M亿美元。

2022财年年度支出占供应商多元化可寻址支出 (\$828M亿美元) 的百分比

98.31%



年度支出类型, 金额总计 (\$M)

支出类型

2022财年

非多元化

814

多元化

14

总支出

828

多元化支出类别 (%)

支出类别

2022财年

女性

0.72

少数族裔企业

0.45

新兴小型企业

0.29

其他多元化类别

0.23

多元化支出总计

1.69



▼

▼

SWOT分析 – 结果

优势	劣势
我们拥有高层领导的支持。	大量现有OHSU供应商。
我们拥有一位总监和人手齐备的部门。	投标门槛高。
新员工的新思维和新视角可以发挥作用。	采购人员配备不足。
我们已经有了出色的工具支持采购中的新活动。	我们更看重交易, 而不是战略。
我们与内部业务伙伴有着良好的关系。	无法监督采购政策的遵守情况。
我们目前有主要供应商提供支持多元化的工具。	我们还不知道将如何管理II级支出。
	我们使用的产品比较专业和具体, 可能无法围绕这些产品创造新的机会。
机会	威胁
供应商参与。	OHSU的文化——我们从未有过供应商多元化计划。
在内部和外部报告和讲述我们的故事。	财务主管没有问责制。
潜在供应商数量少。	与有类似意图的太平洋西北部其他组织的竞争, 因为这些组织也试图与多元化供应商合作。
在OHSU消除参与的障碍。	我们目前的一些供应商可能无法扩展到需要的最大数量。
提高支出报告的透明度。	我们的内部业务伙伴缺乏资源。
为我们提供与内部业务伙伴进行战略会面的机会。	如果我们有任何失误, OHSU将面临声誉受损的风险。
当取得成功时有能力予以认可。	其他组织对具有我们所需资质的供应商的竞争。

RGMA Five Levels™, Ralph G. Moore & Associates (RGMA)

RGMA模型定义了组织的计划成熟度级别，并指出必须存在哪些产出（能力/技能）才能升至更高的公认成熟度水平。

每个计划阶段都包括前一阶段的所有组成要素。另请注意，每个供应商多元化类别都是采购职能的一个子要素。因此，下面确定的许多流程和程序取决于其在整个采购过程中的事先实施情况。成熟度级别简要描述如下：

1级：早期供应商多元化计划：仅根据客户要求或经过扩展的DE&I承诺开始着手行动。

2级：侧重于合规的供应商多元化计划：此类计划的唯一目的是满足客户对多元化供应商使用的要求。

3级：传统供应商多元化计划：此类计划具有可视性，但由于缺乏高层领导的参与，影响有限。

4级：高级企业对企业多元化战略

5级：世界一流的供应商多元化战略

当前的OHSU供应商多元化计划产出表明：

- 领导层支持：**2级**
- 与使命/愿景保持一致：**2级**
- 报告：**2级**
- 与寻源/采购组织合作：**1级**
- 内展/外展：**1级**

因此，OHSU的供应商多元化计划处于**1级**。

维度	级别	描述	解释
领导层支持	1	无支持	不存在计划。
领导层支持	2	经理支持	具有经理层的支持——存在对SD的承诺声明。
领导层支持	3	总监及以上	供应商多元化计划的成功与董事或更高级别的目标挂钩(如果未实现目标则会有财务惩罚)。
领导层支持	4	高管	高管薪酬与实现年度多元化目标挂钩; 就绩效目标成功与否对高管层进行问责。
领导层支持	5	董事会支持和问责; 一流的认可	各级领导的薪酬都与实现年度多元化目标挂钩。
与使命/愿景(M/pV)的一致性	1	与M/V不一致	不存在计划。
与使命/愿景(M/pV)的一致性	2	与M/V不一致	<p>供应商多元化是一项独立计划, 仅出于合规原因而存在。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 供应商多元化计划与公司的战略计划、使命或愿景没有关联。 • 供应商多元化计划的目标没有明确定义。 <p>尚未制定正式政策以支持供应商多元化计划。</p>
与使命/愿景(M/pV)的一致性	3	存在协调、沟通战略和跟踪	<p>供应商多元化计划的目标与公司的战略计划、使命或愿景保持一致。</p> <p>关于供应商多元化在帮助公司实现其战略计划、使命或愿景方面作用的强大内部和外部沟通策略。</p> <p>评估和跟踪供应商多元化与公司战略计划、使命或愿景之间一致性的机制已经妥善部署。</p>
与使命/愿景(M/pV)的一致性	4	M/V是公司的核心价值; 就计划成功与否对高管层进行问责	<p>公司提供了明确的证据, 证明供应商多元化根据公司的战略计划、使命或愿景为社区和成员带来可持续价值。</p> <p>供应商多元化被视为组织的核心价值, 高层领导负责管理供应商多元化工作。</p> <p>领导团队的绩效衡量或问责与供应商多元化计划的成功及其与公司战略计划、使命或愿景的一致性挂钩。</p>

与使命/愿景 (M/pV) 的一致性	5		<p>该公司以其在供应商多元化方面的领导地位而闻名，并因其成就而成为标杆。其他供应商多元化计划向其寻求最佳实践方面的建议。</p> <p>领导层(包括董事会)承认供应商多元化在公司的成功和成就中发挥着关键作用。</p>
报告	1		<p>不存在计划; 没有支出报告。</p>
报告	2		<p>除了第三方实体和/或合同要求外, 支出结果的外部报告有限。没有设定目标的能力。</p> <p>进行以下数据挖掘活动:</p> <ul style="list-style-type: none"> 查看总帐级别的支出数据以了解项目描述和支出树状图。检查供应商数据记录以确定是否存在用于采集多元化类别的数据字段。考虑使用第三方数据清理服务清理供应商数据库。能够检查来自P-Card相关系统的数据。
报告	3		<p>存在供应商和支出跟踪机制。</p> <ul style="list-style-type: none"> 计划可以使用支出数据以制定目标。 手动实施II级试点计划(最有可能基于MS Excel)。对具有II级报告经验的顶级供应商推广有限。 <p>重要的是要确定哪些支出类别是可寻址的(供应管理专业人员可以改变寻源和供应管理策略的支出类别)以及哪些类别是不可寻址的(供应管理专业人员目前无法影响的支出类别)。</p> <ul style="list-style-type: none"> 理想情况下, 您的ERP系统应该是供应商数据记录的“真实信息系统”。 支出数据至少应包含以下元素: 总帐、成本中心、支出类别、多元化分类等。 <p>考虑每年进行一次数据清理/验证。</p> <ul style="list-style-type: none"> 可能需要一个接收每月数据上传的外部供应商数据存储库(Excel、Access等)系统来处理数据以进行报告。

报告	4	<p>指标已妥善部署, 以跟踪目标的进展情况。</p> <p>供应商多元化计划主管以外的员工协助设计、构建和报告常规支出数据。</p> <p>支出分析工具已妥善部署, 以提高支出树状图中寻源机会的可视性。</p> <p>自动化系统和/或工具已妥善部署或由第三方管理, 以管理II级数据的采集和报告。</p> <p>供应商多元化结果将报告给最高管理层和/或董事会。</p> <p>开始/制定II级计划报告; 计划总监与内部小组合作以获得补充资源, 以参与战术活动, 例如:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 报表生成、支出查询等。 • 计划/系统可以生成月度报告和/或支持临时报告生成。
报告	5	<p>已开发高级计划计分卡, 用于定期发布和即时定制。工具和数据来源被集成到供应链管理系统中。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 支出分析工具已经妥善部署, 可以剥离一直以来“捆绑式”寻源活动的各个组成要素, 以便为更多多元化供应商采购机会提供可视性。 • 运转顺利的自动化II级计划已经投入运行。 • 计划可以通过内部资源或第三方协助生成经济影响分析。 • 供应商多元化计划的结果被整合到企业可持续发展战略中。
接触 寻源/采购组织	1	<p>不存在计划。</p> <p>仅在要求时报告支出 (第三方; 政府)。</p> <p>没有或静态的在线供应商识别/注册系统。</p>
接触 寻源/采购组织	2	<p>不存在正式的内部/内部标准操作规程。</p> <p>手动跟踪合同到期情况。</p>

接触 寻源/采购组织	3		<p>计划总监与内部小组合作以获得补充资源, 以参与战术活动, 例如:</p> <ul style="list-style-type: none">• 报表生成、支出查询等。• 每月与寻源/采购和/或品类经理会面。• 查看到期合同报告 (最好提前180天) ; 手动调取。• 已经建立合同跟踪系统; 不提供自动化或简化报告——必须手动调取报告, 而不是由系统自动推送。• 触发关于RFP以及改善定价和增加多元化供应商潜在可能的对话。• 确定潜在的类别机会, 将多元化供应商参与视为目标。• 确定向潜在供应商采购所需的时间框架。• 供应商多元化计划参与语言已起草并提供给寻源人员以在 RFP/缔约过程中使用 (请参阅附件语言) 。
---------------	---	--	---

接触 寻源/采购组织	4	<p>合同模板包含要求供应商在I级或II级层面参与的语言，并规定了参与比例目标。参与是一项合同要求，或者合同实体必须向供应商多元化计划提供一些其他商定的支持级别。</p> <p>支出分析工具用于确定其他寻源机会领域，从而实现多元化供应商参与。</p> <p>查看到期合同报告（最好提前180天）；自动推送。</p> <p>多元化供应商参与公司的供应商关系管理计划（减少“我们不再喜欢他们”的情况）。</p> <p>持续改进要素存在并嵌入计划/流程中；合规机制得到监督和管理。</p> <p>供应商绩效得到跟踪和报告：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 采购峰会 <ul style="list-style-type: none"> • 内部业务拓展活动；向Prime Suppliers介绍多元化和女性拥有的供应商。 • 外部业务拓展活动；与倡导团体、商会等合作，针对目标类别进行“配对”和/或社交活动。 <p>绩效认定流程</p> <p>计划的成功发布于：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 行业和当地杂志文章 • 白皮书 <p>对采购和业务主管参与将多元化和女性拥有的供应商纳入RFP流程和/或达到/超过业务领域多元化支出目标的行为给予内部认可。</p>
---------------	---	---

接触 寻源/采购组织	5	<p>供应商多元化是该组织企业公民议程的重要组成部分, 该议程涵盖供应网络中的多元化和包容性、环境可持续性、道德规范和企业社会责任。该计划对消费者认知度、竞争优势和社区产生影响。</p> <p>计划已保持4级成熟度至少三年。</p> <p>多元化供应商参与公司的既定寻源模式。</p> <p>已开发高级计划评分卡, 用于定期发布, 包括经济影响分析。工具和数据来源被集成到供应链管理系统中。</p> <p>供应商多元化是公司企业可持续发展战略不可或缺的一部分。</p>
内展/外展	1	<p>没有正式的供应商注册流程。</p> <p>定期作为其他公司的嘉宾参加外部宣传活动。</p> <p>供应商多元化团队没有公司内部参与。</p>
内展/外展	2	<p>基本的供应商识别/注册系统 (严格来说是一个存储库; 没有双向互动)。</p> <p>不存在正式的沟通计划。</p> <p>企业隐约听说过供应商多元化, 但大多数都不清楚其使命/目的。</p> <p>公司内部参与极少。</p> <p>偶尔向寻源团队提供多元化供应商建议。</p> <p>零星参与倡导计划 (配对、贸易展览会、培训)。</p>

内展/外展	3	<p>基本的供应商识别/注册系统 (严格来说是一个存储库; 没有双向互动)。</p> <p>其他业务合作伙伴、寻源专员、买家搜索和识别/鉴别供应商的能力 (按类别/关键字搜索; 对潜在供应商作内部注释并标记高潜力; 上传认证)。</p> <p>不存在正式的沟通计划。</p> <p>公司内部参与极少。</p> <p>偶尔向寻源团队提供多元化供应商建议。</p> <p>零星参与倡导计划 (配对、贸易展览会、培训)。</p>
内展/外展	4	<p>企业直接与多元化供应商合作, 或与第三方合作提供多元化供应商发展支持。</p> <p>高级供应商识别/注册系统。</p> <p>始终如一地向寻源团队和OHSU部门提供供应商推荐。</p> <p>公司代表在外部宣传组织中担任董事会席位。</p> <p>内部业务合作伙伴将供应商多元化团队视为值得信赖的合作伙伴。</p> <p>已在合作伙伴组织内设立供应商多元化倡导者。</p> <p>内部供应商多元化倡导者表彰计划。</p> <p>企业员工资源小组 (ERG) 参与。</p> <p>支出分析工具已经妥善部署, 可以剥离一直以来“捆绑式”寻源活动的各个组成要素, 以便为更多多元化供应商采购机会提供可视性。</p>

内展/外展	5	<p>公司代表在外部宣传组织中担任董事会管理层席位。</p> <p>供应商多元化咨询委员会妥善部署。</p> <p>内部业务合作伙伴将SD团队视为值得信赖的顾问。</p> <p>公司领导多元化配对活动。</p> <p>高级供应商识别/注册系统——报告和支出分析; 针对多元化供应商参与的RFP跟踪</p> <ul style="list-style-type: none">• I级/Prime供应商积极参与SD计划<ul style="list-style-type: none">• 公司牵头为Prime供应商与II级分包商进行匹配, 以实现II级支出。
-------	---	---

指标和期望

我们的指标还将侧重于对多元化供应商的采用。我们认为，这些指标将帮助我们提升组织绩效并影响结果。

结果性指标 (目标) : 价值和影响

- 支出的可寻址金额总计：
 基于多个和单个维度, 包括但不限于:
 经费
 部门代码
 使命
 目标代码
- 针对不同供应商支出的可寻址金额总计 (汇总和按照多元化类别划分)：
 基于多个和单个维度, 包括但不限于:
 经费
 部门代码
 使命
 目标代码
- 按类别划分的多元化供应商总数
- 多元化供应商支出 (按多元化类别划分) 占总可寻址支出的百分比
- 合同合规
 - COBID MWESB利用率目标
 - 美元
 - 占项目总数的百分比
 - 使用的多元化分包商数量
- 经济影响 (2026年第二季度)
 - 社会经济指标
 - 对创造就业的影响
 - 收入所得
 - 对税基和社区的影响

预测性指标 (方法) : 运营绩效和关系质量

- 对采购政策和标准操作规程的遵守
- 请购单和/或收到的采购援助请求数量
- 符合当前供应商多元化政策要求纳入多元化供应商的采购申请和/或请求数量
- 利用率
 - 竞标数量
 - 参与每次竞标的多元化供应商数量
 - 授予多元化供应商的机会/合同数量
 - 现有多元化供应商的同比支出增长

OHSU认证认可业务规则

OHSU采用B2Gnow软件平台作为其多元化供应商注册状态的提供商。B2Gnow数据库汇总来自公共数据库以及经验证的私有数据库会员报告的多元化供应商信息,从而大大提高了供应商多元化计划的效率。

本文档将定义SDO多元化支出认可的业务规则。

经认证的多元化供应商

经过认证的多元化供应商必须由第三方机构验证,这些机构会审查企业的所有权和管理状况。供应商必须是营利性企业,至少51%的股份由属于以下群体的美国公民拥有、经营和控制:

- 少数族裔
- 女性拥有的企业
- LGBTQ+ (女同性恋、男同性恋、双性恋、变性人和酷儿或疑性恋)
- 退伍军人和服役致残退伍军人拥有的企业
- 残疾人士

此外,供应商必须在OHSU供应商多元化注册门户网站上进行注册。

自我报告和自我注册

OHSU将遵循行业标准, 认可来自自我报告或自我注册供应商的支出, 例如Vizient、Kaiser Permanente、Mayo Clinic和Google。自我报告或自我注册的供应商是尚未或无法获得多元化供应商认证的供应商。若要在OHSU供应商多元化支出结果中报告, 需要接受以下自我报告或自我注册的机构之一:

仅适用于小型企业

- 联邦: 奖励管理系统 (SAM) 内有效注册信息的DUNS和CAGE代码编号
<https://sam.gov/content/home>, 或
- 联邦: 美国小企业管理局 (SBA)
https://web.sba.gov/pro-net/search/dsp_dsbs.cfm

适用于小型和多元化企业

- 州: 有效的州注册副本, 例如俄勒冈州商业包容性与多元化认证办公室 (COBID)
<https://www.oregon.gov/biz/programs/cobid/pages/default.aspx>

出于多元化支出报告目的, OHSU SDO 将认可以下所有认证机构:

认证维度	经过批准的认证机构
少数族裔	企业包容性和多元化认证办公室 (COBID) 775 Summer St. NE, Suite 200 Salem, OR 97301 电话: 503-986-0123 https://www.oregon.gov/biz/programs/cobid/pages/default.aspx
	全国少数族裔供应商发展委员会 1040 Avenue of the Americas, 2nd Floor New York, NY 10018 电话: 212-944-2430 http://www.nmsdc.org/nmsdc/
	全国少数族裔供应商发展委员会的任何一个附属机构 http://www.nmsdc.org/nmsdc/
	美国原住民商业联盟 30700 Telegraph Road, Suite 1675 Bingham Farms, MI 48025 电话: 248-988-9344 http://www.native-american-bus.org/

性别	企业包容性和多元化认证办公室 (COBID) 775 Summer St. NE, Suite 200 Salem, OR 97301 电话: 503-986-0123 https://www.oregon.gov/biz/programs/cobid/pages/default.aspx
	女性企业全国委员会 1710 H. Street NW, 7th Floor Washington, DC 20006 电话: 202-872-5515 http://www.wbenc.org/
LGBTQ+ (女同性恋、男同性恋、双性恋、变性人和酷儿或疑性恋)	全国同性恋商会 729 15th St. NW, 9th Floor Washington, DC 20005 电话: 202-234-9181 http://www.nglcc.org/about/overview
退伍军人	美国退伍军人事务部 电话: 800-698-2144 https://www.va.gov/
残障人士	残障人士: IN (原USBLN) 3000 Potomac Ave. Alexandria, VA 22305 电话: 800-706-2710 https://disabilityin.org/

商业定义

残疾人拥有的企业 (DOB) : 至少51%由身体或精神残疾的一名或多名个人拥有的企业, 这种残疾实质上限制了此人一种或多种主要生活活动。必须参与企业日常管理的个人。

服役致残退伍军人拥有的企业: 至少51%由一名或多名符合条件的服役致残退伍军人拥有的企业, 其日常业务运营由一名或多名符合条件的服役致残退伍军人控制。

LGBTQ+企业: 一家营利性企业, 其至少51%的所有权、经营权和控制权由自认为是LGBTQ+的人持有。\\

女性企业 (WBE) : 一家营利性企业, 无论规模如何, 实际位于美国或其领土, 至少51%由一名或多名女性拥有、运营和控制。

少数族裔企业 (MBE) : 一家营利性企业, 无论规模如何, 实际位于美国或其领土, 至少51%由少数族裔成员拥有、运营和控制。

退伍军人拥有的企业 (VOB) : 至少51%由一名或多名符合条件的退伍军人拥有的企业, 其日常业务运营由一名或多名符合条件的退伍军人控制。

新兴小型企业 (ESB) : 新兴小型企业 (ESB) 认证适用于寻求州、县和市政府以及特殊管辖区 (例如医院和大学) 缔约机会的俄勒冈州小型企业。ESB是一个基于企业规模而不是个人特征的种族和性别中立项目。企业的参与年限为12年。

联邦政府定义

服役致残退伍军人拥有的企业: 至少51%由一名或多名符合条件的服役致残退伍军人拥有的企业, 其日常业务运营由一名或多名符合条件的服役致残退伍军人控制。

女性企业 (WBE) :一家营利性企业, 无论规模如何, 实际位于美国或其领土, 至少51%由一名或多名女性拥有、运营和控制。

弱势企业 (DBE) : DBE是一种营利性小企业, 由社会经济上处于弱势地位的个人至少拥有51%的股份, 并控制管理和日常业务运营。非裔美国人、西班牙裔美国人、美洲原住民、亚太和南亚次大陆裔美国人以及女性被认为在社会和经济上处于弱势地位。根据具体情况, 其他人也可能有资格成为社会和经济弱势群体 (www.SBA.org) 。

少数族裔企业 (MBE) :一家营利性企业, 无论规模如何, 实际位于美国或其领土, 至少51%由少数族裔成员拥有、运营和控制。

退伍军人拥有的企业 (VOB) : 至少51%由一名或多名符合条件的退伍军人拥有的企业, 其日常业务运营由一名或多名符合条件的退伍军人控制。

小企业管理局的8(a)计划: 创立于1974年, 通过联邦缔约偏好和预留计划帮助少数族裔企业和其他弱势企业发展。通过该计划, 符合条件的企业可以获得联邦政府的单一来源合同或非竞争性合同。对于非竞争性合同而言, 制造合同金额高达5M万美元, 其他几乎所有行业的合同金额高达3M万美元。此外, 8(a)公司也将有资格参加限定竞争, 竞争对手将是其他小型弱势公司。同样重要的是要记住, 8(a)承包商也自动被认证为弱势企业 (DBE) 。

小型企业: 一家独立拥有和运营的企业, 该企业在其运营领域并非占主导地位, 并根据美国政府建立的标准和规模标准 (13 CFR 121) 被认定为小企业。员工人数和营收可能会根据其产品或服务而有所不同。