

«УТВЕРЖДАЮ»
Генеральный директор ООО ТД «Агат»
_____ Хабибуллин Р.Ф.
« 23 » _____ сентября 2016 г.

ПОЛИТИКА ОТБОРА ПОСТАВЩИКОВ ТОВАРОВ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ В МАГАЗИНАХ СЕТИ ООО ТД «АГАТ»

Основные понятия и термины

Политика – «Политика отбора Поставщиков товаров для реализации в магазинах сети ООО ТД «Агат».

Предприятие – ООО ТД «Агат»

Торговая сеть – совокупность торговых объектов, которые находятся под общим управлением.

Поставщик – юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, изъявившее намерение вступить в договорные отношения с Предприятием (или уже имеющее договорные отношения с Предприятием) по поставке товаров, предназначенных для реализации в магазинах сети Предприятия.

Коммерческое предложение – для целей настоящей Политики, это предложение Поставщика заключить договор поставки товаров для реализации в магазинах сети Предприятия на условиях, указанных в таком предложении.

Распределительный Центр - промежуточный склад хранения и сортировки, с которого товар перенаправляется в торговые объекты.

Содержание

| | | |
|---|--|---|
| 1 | Введение | 1 |
| 2 | Принципы отбора Поставщиков, действующие на Предприятии | 2 |
| 3 | Процедура выбора Поставщиков, порядок работы с коммерческими предложениями | 2 |
| 4 | Критерии и условия выбора Поставщиков | 4 |
| 5 | Требования к качеству, маркировке и упаковке товаров, предлагаемых Поставщиком | 5 |
| 6 | Начало работы по договору | 7 |
| 7 | Основные положения по электронному обмену данными | 7 |

1. Введение

ООО ТД «Агат» - это динамично развивающаяся сеть складов - магазинов, работающих по системе Cash&Carry, которая представлена в городах Набережные Челны, Альметьевск, Чистополь, Ижевск, Сарапул, Бугульма, Азнакаево. Площадь более 3000 кв.м с ассортиментом свыше 15000 наименований продуктов питания, бытовой химии и товаров хозяйственно-бытового назначения.

ООО ТД «Агат» стремится выстраивать партнерские отношения со всеми поставщиками и производителями на основе открытого взаимовыгодного сотрудничества.

Данная Политика описывает основные принципы отбора Поставщиков и порядок взаимодействия с выбранными Поставщиками товаров, таким образом, описание основных алгоритмов совместных действий на различных этапах сотрудничества упрощает взаимодействие с Поставщиками.

Данная Политика разработана в соответствии с требованиями антимонопольного законодательства Российской Федерации и Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».

2. Принципы отбора Поставщиков, действующие на Предприятии.

2.1. Единые стандарты. Предприятие осуществляет отбор Поставщиков на основании единых критериев, сформированных исходя из целей экономической эффективности. Не допускается отказ от заключения договора поставки по основаниям, не предусмотренным законодательством РФ и настоящей Политикой.

2.2. Прозрачность и открытость. Предприятие обеспечивает предполагаемым и действующим Поставщикам доступ к информации о принципах выбора Поставщика, к проекту договора поставки, а также к другой существенной для сотрудничества информации, размещенной на официальном сайте Предприятия: www.tdagat.ru

2.3. Конфиденциальность. Руководствуясь принципами прозрачности и открытости во взаимоотношениях с Поставщиками, Предприятие признает право Поставщика на коммерческую тайну и конфиденциальность предоставленной им информации.

2.4. Эффективность. Предприятие стремится реализовывать через свою торговую сеть качественные товары по экономически обоснованным ценам путем отбора наиболее выгодных условий сотрудничества с Поставщиками. Предприятие прилагает все усилия, чтобы оптимизировать издержки на этапах поставки товаров от производителя до розничного покупателя.

2.4. Разумная предусмотрительность. В пределах возможного Предприятие осуществляет проверку Поставщиков, товаров на предмет добросовестности Поставщиков и соблюдения ими и производителями товаров требований законодательства Российской Федерации, Таможенного союза и пр. При этом при выборе контрагента предпочтение отдается тем Поставщикам, которые осуществляют торговую деятельность достаточно длительное время и зарекомендовали себя на рынке как надежные партнеры, ориентированные на долгосрочное сотрудничество с покупателями.

3. Процедура выбора Поставщиков, порядок работы с коммерческими предложениями.

3.1. Потребности в закупках товаров определяются на основании ассортиментной матрицы торговой сети, которая разрабатывается ответственными сотрудниками Предприятия, исходя из формата магазина, позиционирования торговой сети и потребности данного региона/города/магазина в товарах различных категорий.

3.1.1. Ассортиментная матрица по категориям пересматривается с целью поиска новых позиций товаров, вывода из ассортимента позиций товаров, пользующихся незначительным спросом у покупателей или заменой продаваемых товаров аналогичными товарами, спрос на который ожидается выше, в случае перебоев в поставках товаров, а также иных обстоятельств, влияющих на надлежащее осуществление Предприятием торговой деятельности.

3.1.2. Необходимость пересмотра ассортиментной матрицы осуществляется по решению Коммерческого директора и Руководителя Предприятия.

3.2. Существует два основных способа определения Поставщика:

3.2.1 Компания самостоятельно осуществляет поиск потенциальных Поставщиков, поставляющих необходимые товары, в следующих случаях:

- Если товары не представлены в торговой сети Предприятия, но потребность в них существует, либо представлены, но требуется увеличение объемов поставляемых товаров, в том числе в связи с открытием новых торговых объектов, либо замещение его другими товарами в связи с выявлением нарушений, предъявляемых к товарам, либо неисполнением или ненадлежащим исполнением другими Поставщиками обязательств по договору поставки.

- Возникновения у Компании потребности в поиске потенциальных поставщиков в иных случаях. При этом Компания производит подбор Поставщиков либо путем поиска в открытых источниках или в базе коммерческих предложений, поступающих в Компанию.

3.2.2. Поставщик инициирует сотрудничество с Предприятием через отправку коммерческого предложения.

3.3. Поставщики могут отправить коммерческое предложение

3.3.1. Пожелания и рекомендации к оформлению коммерческого предложения:

- Коммерческое предложение должно поступить на следующий электронный адрес: partner@tdagat.ru и содержать следующую информацию:

- Коротко о компании: в течении какого периода времени компания осуществляет свою деятельность на рынке, основное направление деятельности, сотрудничество с ключевыми клиентами (перечислить)

- Презентация продукции: потребительские характеристики продукции, фото продукции, особенности и конкурентные преимущества продукции, сегментация продукции (с указанием конкурентов в данном сегменте), информация о доле продукции на рынке в целом по РФ и с разбивкой по регионам (желательно по данным аналитических агентств), рейтинг продаж всей предлагаемой продукции по позициям.

- Коммерческое предложение должно включать в себя ответы на следующие вопросы:

- 1) Территориальная целостность:

- на каких территориях готовы заключить договор поставки с нашей компанией в том числе и дистрибьюторской деятельности;

- перечислить действующих операторов, реализующих продукцию Вашей компании на данных территориях (с указанием статуса клиента: дистрибутор, оптовый покупатель, розничный покупатель):

- 2) Возможность прямых поставок на склад нашей компании: Да___ Нет___

Примечания: _____

- 3) Политика возврата товара

- 4) Отсрочка платежа: количество дней (Сроки годности продукции)

- 5) Прайс-Лист, цена указывается с НДС в российской валюте.

- 6) Система скидок.

- 7) Контактная информация: Должность, ФИО, рабочий телефон

3.3.2. Срок рассмотрения коммерческого предложения и принятие решения по нему составляет не более 14 рабочих дней со дня получения Предприятием соответствующего запроса, при условии, что Поставщик оформил коммерческое предложение в соответствии с рекомендациями Предприятия.

- Ответственный категорийный менеджер в течение 2-х рабочих дней должен отправить уведомление потенциальному Поставщику о получении от него Коммерческого предложения;

- Выбор Поставщиков производится на основании совокупной оценки коммерческого предложения, в том числе в части: ассортимента, предлагаемых цен, возможных объемов и частоты поставок, географии поставок и логистики.

- Предприятие извещает Поставщика о принятом решении по результатам рассмотрения коммерческого предложения письмом по электронной почте или запрашивает у Поставщика дополнительную информацию о нем и поставляемых им товарах, в том числе образцы товаров для проведения лабораторных исследований/проведения фокус-групп. После получения от Поставщика дополнительной информации на ассортиментном комитете принимается окончательное решение о сотрудничестве по данному виду товара.

- Если по коммерческому предложению принимается положительное решение, дальнейшие контакты осуществляются через менеджера коммерческого отдела, направившего ответ, в котором будет содержаться необходимая контактная информация.

3.3.3. Все поступившие на Предприятие коммерческие предложения сохраняются в базе коммерческих предложений. При возникновении у Предприятия потребности в альтернативных поставщиках и/или товарах поступившие коммерческие предложения могут быть рассмотрены повторно в соответствии с настоящей Политикой.

4. Критерии и условия выбора Поставщиков

4.1. Критерии

4.1.1. Юридические:

- Поставщик зарегистрирован в установленном порядке в качестве юридического лица или индивидуального предпринимателя;
- Поставщик не находится в стадии ликвидации;
- В отношении Поставщика не введены (не открыты) процедуры банкротства;
- Отсутствие фактов неисполнения или ненадлежащего исполнения Поставщиком принятых на себя обязательств перед Предприятием или другими участниками рынка;
- Отсутствие информации о предъявлении к Поставщику антимонопольными, налоговыми, таможенными и иными государственными органами претензий о нарушении требований законодательства, обязательных для исполнения Поставщиком.

4.1.2. Ценовые:

- закупочная цена товаров должна быть конкурентоспособной.

4.1.3. Товарное предложение:

- Качество товаров должно соответствовать требованиям санитарных, технических и всех иных применимых норм и стандартов Российской Федерации, Таможенного союза, ЕАЭС.
- Товар должен соответствовать требованиям к товарам, указанным в разделе 5 настоящей Политики или предоставленным Поставщику по запросу.

4.2. При выборе Поставщика преимуществами являются:

- При отборе контрагентов для заключения договора поставки предпочтение в первую очередь отдается производителям продукции, во вторую очередь рассматриваются официальные дистрибьюторы и в третью очередь все остальные контрагенты.
- Наличие у Поставщика собственного производства, помещений для упаковки и хранения выпускаемых товаров.
- Наличие у Поставщика действующих договоров с другими хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность (торговыми сетями) на поставки товаров, предлагаемых Предприятию. При этом информация о наличии действующих договоров предоставляется Предприятию добровольно и не является обязательной.
- Наличие дополнительных сертификатов качества международного образца.
- Готовность Поставщика осуществлять электронный документооборот между Предприятием по системе EDI, в том числе оформление электронного счета-фактуры. Технология документооборота по системе EDI представлена в разделе 7 настоящей Политики.
- Наличие у Поставщика зарегистрированных товарных знаков.
- Готовность Поставщика осуществлять ежедневную отгрузку товаров.
- Поставщик производит, реализует товары в данной категории не менее года.
- Наличие у Поставщика транспортно-логистических возможностей, позволяющих осуществлять самостоятельную доставку товаров до торговых объектов или распределительных центров Предприятия.
- Наличие у потенциального поставщика постоянного запаса товара, который может использоваться для бесперебойной поставки товара, заказанного Предприятием.

4.3. Основания для отказа от сотрудничества с конкретным Поставщиком:

- Наполненность ассортиментной матрицы на момент обращения Поставщика (такие же (или аналогичные) товары поставляются Предприятию в достаточном объеме другими Поставщиками).
- Несоответствие Поставщика одному или нескольким условиям отбора, установленным настоящей Политикой.
- Предоставление недостоверной информации о Поставщике, товаре, результатах аудита производства или др. информации.
- Отказ потенциального поставщика от согласования условий, предусмотренных в договоре поставки или не достижение согласия по существенным условиям договора поставки.

5. Требования к качеству, маркировке и упаковке товаров, предлагаемых Поставщиком

5.1. Требования к качеству и маркировке товаров

5.1.1. Качество товаров должно соответствовать требованиям санитарных, технических и всех иных применимых норм и стандартов Российской Федерации, Таможенного союза, ЕАЭС, а также требованиям Предприятия.

5.1.2. Товар должен иметь маркировку и содержать информацию в соответствии с требованиями действующего законодательства РФ, Таможенного союза, ЕАЭС, а также сопровождаться документами, подтверждающими качество, безопасность, происхождение товара, фитосанитарное состояние, ветеринарно-санитарное состояние, легальность производства и оборота и иными документами, предусмотренными действующим законодательством РФ в отношении данного вида Товара, в том числе:

- Декларация о соответствии – копия, заверенная печатью Поставщика или держателя подлинника.
- Сертификат соответствия – копия, заверенная печатью Поставщика или держателя подлинника.
- Справка к Таможенной Декларации (ТД) на импортные алкогольную и спиртосодержащую, табачную продукцию, заверенная печатью Поставщика.
- Справка к Товарно-транспортной накладной (ТТН) на алкогольную и спиртосодержащую продукцию, произведенную на территории РФ или на территории государства-члена Таможенного союза, а также на указанную продукцию, приобретающую статус товара Таможенного союза, заверенная печатью Поставщика.
- Ветеринарное свидетельство Форма №2, №3 – оригинал.
- Ветеринарная справка Форма №4 – оригинал.

5.1.3. При поставке продукты питания должны соответствовать требованиям по минимальным срокам годности, указанным в Договоре поставки.

5.2. Требования к упаковке товаров

5.2.1. Упаковка товаров должна обеспечивать его сохранность во время транспортировки, при выполнении погрузочно-разгрузочных работ и при хранении на складе торговой сети и/или распределительном центре Предприятия. Внешняя упаковка товаров должна быть из материала, позволяющего перевозить и складировать товары на поддонах, а также выдерживать не менее пяти перегрузок товаров на разные места хранения или транспортировки.

5.2.2. Логистические требования:

— товар поставляется на поддонах размером 800x1200x150 мм (или евро);

— при поставках товара по схемам с хранением на РЦ и кросс-докинг с комплектацией на РЦ (приемка и отгрузка через склад, без размещения в зоне долговременного хранения) товара, на одном поддоне должно располагаться только одно наименование товара; допускается неоднородная загрузка товара на поддоне при поставках по схеме кросс-докинг с комплектацией на складе Поставщика товар размещается слоями, при этом наиболее тяжелый товар размещается в нижних рядах;

— допускается при транспортировке установка одного поддона с товаром на другой при условии, что качество товара от такой установки не пострадает;

— при поставках товара по схемам с хранением на РЦ и кросс-докинг с комплектацией на РЦ на одном поддоне недопустимо размещение товара с разными датами изготовления, а для алкогольной продукции – разными датами розлива; в случае если у 1 SKU разные сроки годности, товар разделяется прокладками и должен быть учтен в упаковочном листе (допускается только для продукции не относящейся к алкогольной).

— допускается расставлять на поддон несколько SKU. Товар комплектуется на поддон соблюдая параметры размеров поддона и не выше 1,7 м для монопаллет. Не допускается 1 SKU с одним сроком комплектовать на несколько поддонов;

— при поставках товара по схемам с хранением на РЦ и кросс-докинг с комплектацией на РЦ на одном поддоне должны располагаться коробка одного размера;

— товар не должен выступать за края поддона более чем на 1,5 см с каждой стороны;

— высота поддона с товаром не должна быть более 1,7 м, включая защиту углов и пять стяжек;

— товар на поддонах должен быть надежно закреплен. Поддоны, на которые помещается товар, должны быть в исправном состоянии, без наличия дефектов (не окрашенные), обмотаны стретч-пленкой;

— пленка должна полностью покрывать паллету и плотно фиксировать все товары на паллете;

- внешняя упаковка товаров должна быть из материала, позволяющего перевозить и складировать товар на поддонах, а также выдерживать не менее пяти перегрузок товара на разные места хранения или транспортировки;
- внешняя упаковка, при необходимости, должна соответствовать санитарно-гигиеническим нормам;
- при неоднородной загрузке товара на поддоне при поставках по схеме кросс-докинг с комплектацией на складе Поставщика товар размещается слоями, при этом наиболее тяжелый товар размещается в нижних рядах;
- вес паллеты не должен превышать 1000 кг.
- не допускаются поставки товара на РЦ на автомашинах с высотой кузова менее 1,2 м.
- каждый поддон должен иметь комплектовочный лист с содержанием:
 - наименования поставщика;
 - наименование Грузополучателя и адрес доставки;
 - номер заказа, по которому сформирована паллета;
 - номер ТН поставщика;
 - уникальный номер, однозначно идентифицирующий паллету в партии в пределах поставки или всей поставки (например, паллета №2 из 20);
 - позиции из разных заказов не должны объединяться на один поддон;
 - если в одном заказе количество товара не превышает 1 паллеты, то все количество должно быть на одном поддоне;
- упаковка товаров должна соответствовать требованиям Технического Регламента Таможенного союза «О безопасности упаковки».

5.3. До заключения Договора поставки Поставщик предоставляет образцы товаров и документы, подтверждающие их качество и безопасность, сотрудникам, отвечающим за контроль качества на Предприятии, который заключается в следующей процедуре:

- Проверка наличия и порядок заверения сопроводительных документов, подтверждающих происхождение, качество и безопасность товара, в зависимости от вида продукции (сертификатов соответствия, деклараций о соответствии, свидетельств о государственной регистрации, ветеринарно-сопроводительных документов на подконтрольные грузы и др.).
- Проверка маркировки потребительской упаковки товара, а также маркировки транспортной упаковки на соответствие требованиям действующего законодательства в Российской Федерации и на территории стран Таможенного Союза, в части защиты прав и информирования потребителей, доведения полной и достоверной информации о товаре.
- Осуществление органолептической оценки качества продовольственных товаров (внешний вид, вкус, цвет, запах, консистенция) на соответствие требованиям нормативно-технической документации, в соответствии с которой изготовлен продукт, а также требованиям спецификаций Компании. Например, национальные и отраслевые стандарты (ГОСТ, ОСТ), технические условия и стандарты организаций (ТУ, СТО), Технические регламенты Российской Федерации и Таможенного союза (ТР ТС).
- Проверка легитимности акцизных и федеральных специальных марок на алкогольной продукции с использованием технических средств ЕГАИС.
- Проверка и тестирование непродовольственных товаров в соответствии с требованиями технических регламентов и нормативно-технической документации.
- Проверка фактической массы нетто пищевых продуктов в соответствии с допусками, установленным требованиями законодательства, а также размеров непродовольственных товаров на соответствие информации указанной на упаковке.

6. Начало работы по договору

6.1. Для заключения Договора Поставщику необходимо представить следующие документы:

6.1.1. Для Юридических лиц:

- Выписка из Единого государственного реестра юридических лиц (ЕГРЮЛ) (не позднее 1 месяца, все страницы);
- Устав (все страницы);
- Свидетельство о государственной регистрации в качестве юридического лица (ОГРН);
- Свидетельство о постановке на налоговый учет (ИНН);
- Документ, подтверждающий полномочия исполнительного органа;
- Доверенность на лицо, подписывающее документы, если оно отлично от исполнительного органа;
- Уведомление о постановке на учет в территориальном органе Росстата;
- Приказ о назначении главного бухгалтера;
- Лицензия, если договор заключается на поставки товара или на оказание услуг, попадающих под обязательное лицензирование;
- Договор аренды на юридический и фактический адрес.
- Декларацию НДС за последний отчетный период с отметкой ФНС о принятии (титульный лист)

6.1.2. Для индивидуальных предпринимателей:

- Свидетельство о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя (ОГРН);
- Уведомление о постановке на учет в налоговом органе на территории РФ (ИНН);
- Выписка из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей (ЕГРИП) (не позднее 1 месяца, все страницы);
- В случае, если индивидуальный предприниматель является плательщиком НДС, он обязан предоставить декларацию НДС за последний отчетный период с отметкой ФНС о принятии (титульный лист);
- Уведомление о применении УСН, если индивидуальный предприниматель ведет бухгалтерский учет по упрощенной системе налогообложения;
- Доверенность на лицо, подписывающее документы, если оно отлично от Индивидуального предпринимателя;
- Копии страниц паспорта - разворот с фото и регистрация.

6.1.3. Указанные документы предоставляются в виде копий, заверенных уполномоченным лицом Поставщика.

6.1.4. Компания гарантирует полную конфиденциальность полученной информации.

6.1.3. Полный текст Договора поставки и приложений к нему доступен по ссылке:
<http://www.tdagat.ru/partners.php>

6.1.5. Товар поставляется Поставщиком отдельными партиями, в ассортименте, по цене, в количестве и в сроки, в соответствии с Заказами, размещаемыми Предприятием. Порядок размещения Заказа и его содержание указаны в Договоре поставки.

7. Основные положения по электронному обмену данными

Для подключения и использования технологии электронного обмена данными с Предприятием Поставщику необходимо:

- Заключить с Предприятием Дополнительное соглашение по EDI к договору поставки с обязательным заполнением Заявки на организацию обмена электронными документами (шаблон Дополнительного соглашения и Заявки можно получить в коммерческой дирекции (отделе) торговой сети Компании).

- Заключить договор на оказание услуг электронного обмена данными с EDI-провайдером, а тем компаниям, которые уже имеют договор с EDI – написать письмо своему EDI-провайдеру о необходимости организации электронного обмена с Предприятием.

- Получить от EDI-провайдера параметры доступа на его WEB-EDI-страничку или провести совместную интеграцию своей учетной системы и системы EDI-провайдера.

- Проверить через EDI-провайдера наличие у Поставщика GLN-кода – уникального кода по идентификации физических мест нахождения и юридических лиц Поставщика, а также его структурных единиц – офисов/магазинов/складов отгрузки/распределительных центров и т.д. Если

у поставщика GLN-код отсутствует, необходимо обратиться к EDI-провайдеру за информацией, как его получить.

- Рекомендуется провести сверку товарного ассортимента, поставляемого Предприятию, т.е. обратиться к своему EDI-провайдеру для того, чтобы он организовал для поставщика получение списка товаров Предприятия, соответствующего прайс-листу поставляемого товара Предприятию, также EDI-провайдер предоставит информацию поставщику, как провести сверку товарной номенклатуры. Этот список будет представлять из себя таблицу данных: наименование товара, код Предприятия (PLU). Поставщику рекомендуется загрузить в свою учетную систему код Предприятия (PLU), так как в Заказе от Предприятия для идентификации товара будут использоваться код Предприятия (PLU).

- Обратиться к EDI-провайдеру с письмом о проведении тестов и провести тестовые обмены с Предприятием EDI-документами, выбранными Поставщиком и указанными в Заявке.

Контакты и ссылки

- Электронный адрес для направления коммерческих предложений: partner@tdagat.ru
- Приемная: (8552) 707-303, info@tdagat.ru
- Бухгалтерия по работе с Поставщиками: (8552) 707-303, доб. 227
- Электронные адреса категорийных менеджеров Коммерческого отдела доступны по ссылке: <http://www.tdagat.ru/partners.php>