

УТВЕРЖДЕНО



«12» марта 2015 г.

Положение

о закупке ФРОВ ФТС «Пятерочка»



(Торгоденцева)

Оглавление

1.	Термины, определения и сокращения	3
2.	Общие положения	4
3.	Область применения документа	4
4.	Выбор КА ФРОВ	4
5.	Стратегия закупки ФРОВ	4
6.	Scoring поставщиков, аудит поставщиков	5
7.	Процесс планирования объемов закупки	5
8.	Заказ товара	7
9.	Управление стоками	7
10.	Управление промо мероприятиями	7
11.	Анализ списаний ФРОВ	8
12.	Ценообразование ФРОВ	8
13.	Приложения	9
Приложение 1.	Анкета поставщика	9
Приложение 2.	Протокол встречи с Поставщиком	13
Приложение 3.	Форма LL	14
Приложение 4.	Форма предварительного заказа поставщикам	14
Приложение 5.	Форма согласия на обработку персональных данных	14
Приложение 6.	Анкета самооценки поставщика	19

Термины, определения и сокращения

В настоящем документе применяются следующие термины, сокращения и определения:

Термин	Сокращение	Определение
	ФРОВ	Фрукты-овощи
	ФТС «Пятерочка»	Федеральная торговая сеть «Пятерочка»
	КМ	Категорийный менеджер
	РН	Руководитель направления
	ЦО	Центральный офис
	LL	Loading List
	КА	Контрагент
Компания		ООО «Агроторг»
	РЦ	Распределительный центр
	ТЗ	Товарный запас
	РНР	Разрядка (распределительная ведомость)

1. Общие положения

Область применения документа

Категория ФРОВ

2. Выбор КА ФРОВ

Поставщик заполняет Анкету поставщика (Приложение № 1) и присылает ее на адрес, указанный на сайте <http://www.x5.ru/ru/partners/buying/>. Физические лица – представители поставщика оформляют согласие на обработку персональных данных в соответствии с Приложением № 5 к настоящему Положению и предоставляют Компании оригиналы оформленных согласий на обработку персональных данных. КМ рассматривает Анкету, коммерческое предложение поставщика, изучает образцы товаров, конкурентоспособность цены, условия поставки, КМ также учитывает репутацию поставщика на рынке (рекомендации от европейских компаний для трейдеров и рекомендации из Минсельхоза для производителей), количество лет на рынке, оборот компании кг и руб, присутствие в федеральных сетях., отсутствие неисполненных договорных обязательств по договорам поставки, если таковые были ранее заключены с данным поставщиком, принимает решение о направлении на аудит. Также учитывается возможность поставщика поставлять товары в определенные регионы России, наличие логистики, способной осуществлять поставку товара на РЦ или в магазины компании транспортом, соответствующим требованиям компании к перевозке товаров группы ФРОВ и логистическим требованиям распределительных центров компании, возможность выполнять требования по качеству, упаковке, маркировке, доставке, объёму поставок, и приглашает поставщика на переговоры по графику. Ответственный – КМ. На переговорах ведется протокол (Приложение № 2 к настоящему Положению). По факту переговоров КМ выносит вопрос о заключении договора на ежедневную встречу департамента ФРОВ, на которой предложение о заключении договора утверждается руководителями направлений. С региональными поставщиками переговоры проводят региональные менеджеры. Предложение о заключении договора утверждается руководителями направлений на ежедневной встрече департамента в ЦО. Поставщик в письменной форме информируется о решении.

3. Стратегия закупки ФРОВ

Вся закупка ФРОВ разделена на 2 потока – первая часть на долгосрочной основе и вторая часть – на краткосрочном прогнозе на споте.

Первая часть на долгосрочной основе – проекты, направленные на обеспечение стабильного качества и объема поставок, формирование долгосрочных отношений с производителями и упаковщиками с целью получения уникальных и единообразных видов упаковки и кванта, а также поддержку отечественного производителя. Выбор партнеров для долгосрочных контрактов осуществляется на основании тендера, проводимого в рамках категорийного менеджмента, с учетом возможностей производственной и логистической базы претендентов, а также их деловой репутации. Тендер проводится на определенный сезон /период. По окончании соответствующего сезона / периода проводится новый тендер.

Вторая часть на краткосрочном прогнозе на споте - обеспечение ежедневной потребности по текущим ценам рынка.

Собственный импорт должен обеспечивать долю, позволяющую иметь наибольшую эффективность закупок.

Закупки на краткосрочной основе осуществляются по схеме LL (описана ниже). При закупках у поставщика необходимо придерживаться диверсификации – ограничения объема на одного поставщика не более 25% при равной или близкой цене с целью исключения рисков связанных с погодными и иными проблемами сельхозпроизводства. Исключения составляют поставщики, предлагающие уникальный товар, товар под собственной торговой маркой, брендированный товар, уникальную упаковку.

Региональные менеджеры работают по аналогичной схеме.

4. Scoring поставщиков, аудит поставщиков

Scoring – работа с поставщиками, имеющими положительную историю поставок, высокий уровень Service Level (SL) относительно других поставщиков и отсутствие данных поставщиков в блок – листах. В блок – листы попадают поставщики, нарушившие обязательства по договору поставки, в том числе поставившие товар, не удовлетворяющий требованиям по качеству. Такие поставщики могут быть не допущены к дальнейшим поставкам и торгам по данным позициям до устранения выявленных нарушений.

Решение принимается еженедельно руководителями направлений на ежедневной встрече департамента в ЦО, исходя из уровня SL поставщиков и экономической целесообразности. Список поставщиков ведется специалистом КМ.

Региональные менеджеры работают по аналогичной схеме.

Аудит поставщика проводится независимыми экспертными организациями не позднее, чем через год после начала сотрудничества и далее не реже, чем 2 раза в два года. По результатам аудита поставщик получает отчет с совместно определенным планом корректирующих действий, которые должны быть проделаны в установленные сроки. Поставщик информирует представителя отдела департамента качества о проделанных корректировках, согласно утвержденному плану незамедлительно после выполнения. Данные изменения проверяются физически аудитором и представителем департамента качества при следующем аудите. Поставщики, не прошедшие аудит или получившие оценку, указывающую на риски по обеспечению карантинных фитосанитарных, санитарно-эпидемиологических и иных требований к поставляемой продукции или неисполнению иных условий договора поставки, не могут быть допущены к дальнейшим поставкам и торгам по данным позициям до устранения выявленных нарушений. Решение о критичности нарушений принимается совместно Департаментом качества и уполномоченным сотрудником КМ

5. Процесс планирования объемов закупки

Категорийным менеджером формируется лист загрузки. При этом обязательно учитывается: сезонность, наличие товара в федеральной и локальной матрицах, акции, ввод и вывод из ассортимента.

Loading List (лист загрузки) должны содержать следующую информацию, указанную в Приложении № 3 к настоящему Положению

Loading List формируются заранее с поставками на РЦ через 2 недели. В иные сроки могут проводиться торги по продуктам, имеющим другие сроки транспортировки (меньше или больше 5-9 дней).

Необходимый объем к заказам. Объем к заказам рассчитывается на основе анализа продаж за аналогичный период прошлого года, скорректированный на коэффициент динамики продаж (КД.П.) этого года относительно предыдущего:

$$K_{д.п.} = \frac{\text{продажи артикула в этом году за период}}{\text{продажи артикула в прошлом году за аналогичный период}}$$

Расчет ведется с учетом проводимых и планируемых акций, цены продажи, наличия товара в сети, количества магазинов, в которых представлен товар (открытия новых магазинов).

В понедельник обновленный LL высылается всем имеющимся в базе поставщикам.

Во вторник собираются объемы, цены и предложения по новинкам. Информация обрабатывается, заполняется LL. Во вторник категорийные менеджеры формируют целевую цену на основании полученных от поставщиков предложений и отправляют всем поставщикам.

Во вторник и среду менеджеры ведут переговоры с поставщиками с целью получения максимально выгодных цен и анализа рынка.

До 13-00 среды поставщики высылают финальные цены. Информация обрабатывается, заполняется Loading List.

До 9-00 четверга происходит совместное обсуждение и коллегиальное принятие решения по погрузкам. Учитываются основные принципы работы отдела и температурное соседство товаров, этилен совместимость, логистические особенности транспортировки (для импорта – оптимальная загрузка транспорта, либо минимальный объем поставки по местным поставщикам).

В четверг к 16-00 менеджеры получают от руководителей направлений план загрузок с объемами по поставщикам.

В четверг категорийные менеджеры бронируют объем у поставщиков («предварительный заказ»).

В пятницу до 10-00 поставщики должны на специализированном портале подтвердить предварительный заказ или отказаться от него. В случае отсутствия подтверждения заказа, заказ считается аннулированным. По Loading List категорийный менеджер выбирает поставщика на замену. Увеличение объема уже выбранному поставщику или следующего за первично выбранными поставщиками по цене допустимо, не более 25% на одного поставщика). Факт отказа и замены фиксируется на портале.

Специальные дополнительные предложения рассматриваются вне зависимости от дня недели и графика загрузок, решения принимаются коллегиально (согласуются объемы и цена), фиксируется на портале.

Для соблюдения принципа добросовестной работы со всеми поставщиками, цены, присланные позже указанного срока и окончания торгов, не рассматриваются.

Цена на бананы на локальном рынке принимается от поставщиков 2 раза в неделю.

Закупка от прямых поставщиков производится по аналогии с поставками на РЦ. Решение по переводу PLU на прямую поставку принимается на основании уровня цен и анализа рисков.

По долгосрочным контрактам объем, и зафиксированные цены справочно вносятся в LL.

В случае если согласованный на неделю объем по LL или долгосрочному контракту выбран до окончания недели и поставщик предлагает дополнительный объем по цене текущего рынка возможно подтверждение дополнительного заказа по рыночной цене.

Региональные менеджеры работают по аналогичной схеме. Сформировав целевые цены, высылают их в ЦО руководителям направлений для контроля, анализа и возможной коррекции с учетом общей ситуации по всем регионам.

Информация по необходимым для дополнительной закупки продуктам (например: товар выбран менее чем за неделю, некачественный товар и т.п.) рассылается всем поставщикам при незначительном объеме или проводятся дополнительные торги. Данные по предложениям поставщиков отображаются на портале.

Торги по данной схеме происходят на специализированном портале во всех дивизионах.

6. Заказ товара

Заказ товара поставщикам на ежедневной основе с учетом стоков РЦ и прогнозируемых продаж осуществляется менеджерами категории и/или специалистами по управлению товарными запасами, с учетом возможных квантов поставки, по возможности, поочередно примерно равными долями от разных поставщиков.

При заказе согласованного на неделю объема поставщикам должны соблюдаться следующие правила поставок в течение недели:

При поставке обычной позиции (не промо) поставщики должны иметь на воскресенье с датой поставки в понедельник согласованной недели минимум 20% от объема, согласованного на неделю. В остальные дни недели поставщики должны иметь как минимум 13% от недельного объема

При ПРОМО поставке поставщики должны иметь на остатках в среду предшествующей недели с поставкой на четверг предшествующей недели и в четверг предшествующей недели с поставкой на пятницу предшествующей недели 40% от согласованного объема и в пятницу с поставкой на субботу 20% от согласованного объема.

Например, если ПРОМО согласовано на 11 неделю, то поставки будут осуществляться на РЦ в Четверг, Пятницу и Субботу 10 недели, т.е. предшествующей проведению ПРОМО недели.

См. Приложение 4 к настоящему Положению.

7. Управление стоками

Управление стоком ведется на основании таблицы «Остатки – продажи», которая ведется менеджерами каждой категории.

Ежедневно менеджер категории отслеживает превышение ТЗ на вверенных ему складах. В случае возникновения превышения – определяется объем и цена под разрядку, информируется дирекция логистики и операционный блок, отправляется запрос на формирование РНР и прогрузку цен.

Еженедельно категорийными менеджерами составляется аналитический отчет соответствия прогноза и факта закупки, заказов магазинов, продаж, а также соответствие LL фактическим заказам поставщикам. Руководители направлений на основании анализа вносят коррекцию в планирование объемов LL следующей недели.

8. Управление промо мероприятиями

Управление федеральными промо осуществляется руководителями направлений на основании анализа регулярных и промо продаж, локальными – региональными менеджерами. Утверждение наполнений (в том числе локальных) происходит на лифлет-митинге департамента руководителями направлений и директором департамента.

Общий объем и разрядки на промо определяются КМ. Отдел ассортимента и промо осуществляет разбивку по магазинам и прогрузку в системе.

9. Анализ списаний ФРОВ

Еженедельно руководители направлений проводят анализ списания и потери по товарным категориям, разрабатывают мероприятия, способствующие уменьшению потерь на РЦ и в магазинах Компании, согласовывают эти мероприятия с директором департамента на ежедневной встрече и доводят до КМ, Департамента качества, Операций принятые решения. КМ реализуют данные мероприятия.

10. Ценообразование ФРОВ

Каждый вторник и пятницу до 12-00 менеджерами категории и региональными менеджерами проводится обработка файлов по моделированию маржи и ценообразование.

Руководители направлений получают файлы на проверку и согласование до 12-00 по вторникам и пятницам и направляют в отдел прогрузки цен до 16-00.

Ценообразование строится исходя из следующих положений:

Товары низкого ценового сегмента (социально-значимые продукты) ценообразуются с минимальной наценкой, которая позволяет покрыть средние потери от естественной усушки и порчи товара в процессе реализации и стоимости логистики по обработке и доставки товара в торговые точки. Список данных товаров утверждается директором департамента по закупкам ФРОВ и управлением по ценообразованию.

Товары среднего и высокого ценового сегмента ценообразуются, исходя из плановых показателей (РТО, валовый доход) а также ролей категории и конкретных товаров.

Руководитель направления также принимает решение о снижении цены полки в случае превышения норм товарного запаса по каждой позиции.

Приложения
Приложение 1. Анкета поставщика
1.1 Регистрационные данные компании/ИП

Признак компании	Резидент
Полное наименование	
Наименование на английском языке (только для нерезидентов)	
Сокращённое наименование	
Форма собственности	
ОГРН/ОГРНИП	
ИНН	
КПП	
ОКПО	
ОКВЭД	
ОКОНХ	
Юридический адрес (для нерезидентов - на английском)	
Фактический адрес	
Дата регистрации	
Наименование и номер регистрирующего органа	
Контакты	телефон +7 факс +7
E-mail	

1.2 Реквизиты

Наименование получателя платежа (если не совпадает с названием)	
Страна банка (для нерезидентов - на английском)	
Наименование банка (для нерезидентов - на английском)	
Адрес банка (для нерезидентов - на английском)	
БИК банка	
Расчётный счёт	
Корр счёт банка	
SWIFT	
IBAN	
ABA	

2 Физические лица, относящиеся к компании/ИП

2.1 Генеральный директор/Руководитель				
Фамилия:		Имя:		Отчество:
Дата рождения (если имеется)				
Число:		Месяц:		Год:
Паспортные данные				
Серия:		Номер:		
Кем выдан:				
Дата выдачи:				
Адрес регистрации:				
2.2 Главный бухгалтер				
Фамилия:		Имя:		Отчество:
Дата рождения (если имеется)				
Число:		Месяц:		Год:
Паспортные данные (если имеются)				
Серия:		Номер:		
Кем выдан:				
Дата выдачи:				
Адрес регистрации:				
2.3 Доверенное лицо (если имеется)				
Фамилия:		Имя:		Отчество:
Дата рождения (если имеется)				
Число:		Месяц:		Год:
Паспортные данные (если имеются)				
Серия:		Номер:		
Кем выдан:				
Дата выдачи:				
Адрес регистрации:				
3.1 Конечный бенефициар (физическое лицо)				
Фамилия:		Имя:		Отчество:
Дата рождения (если имеется)				
Число:		Месяц:		Год:
Паспортные данные (если имеются)				
Серия:		Номер:		
Кем выдан:				
Дата выдачи:				
Адрес регистрации:				
3.2 Конечный бенефициар (физическое лицо)				
Фамилия:		Имя:		Отчество:
Дата рождения (если имеется)				
Число:		Месяц:		Год:
Паспортные данные (если имеются)				

Серия:		Номер:	
Кем выдан:			
Дата выдачи:			
Адрес регистрации:			
3.3 Конечный бенефициар (физическое лицо)			
Фамилия:		Имя:	
Отчество:			
Дата рождения (если имеется)			
Число:		Месяц:	
Год:			
Паспортные данные (если имеются)			
Серия:		Номер:	
Кем выдан:			
Дата выдачи:			
Адрес регистрации:			
3.4 Конечный бенефициар (юридическое лицо)			
Полное наименование			
Сокращённое наименование			
Форма собственности			
ОГРН/ОГРНИП			
ИНН			
КПП			
ОКПО			
ОКВЭД			
ОКОНХ			
Юридический адрес			
Фактический адрес			
Дата регистрации			
Наименование и номер регистрирующего органа			
Контактный телефон	телефон +7	факс +7	
E-mail			
3.5 Конечный бенефициар (юридическое лицо)			
Полное наименование			
Сокращённое наименование			
Форма собственности			
ОГРН/ОГРНИП			
ИНН			
КПП			
ОКПО			
ОКВЭД			
ОКОНХ			
Юридический адрес			

Фактический адрес	
Дата регистрации	
Наименование и номер регистрирующего органа	
Контактный телефон	телефон +7 факс +7
E-mail	

Приложение 6.

**АНКЕТА САМООЦЕНКИ
ПОСТАВЩИКА**



1. **Наименование предприятия / поставщика** _____

Адрес _____

Телефон _____ Факс _____

Главный агроном:

Ф.И.О. _____

Телефон _____ Факс _____

Коммерческий директор:

Ф.И.О. _____

Телефон _____ Факс _____

2. **Ассортимент поставляемой продукции:**

Фрукты

- a. семечковые (яблоко, груша, айва)
- b. косточковые (слива, персик, абрикос)
- c. цитрусовые (апельсин, мандарин)
- d. бахчевые (арбуз, дыня)
- e. экзотические (банан, ананас, манго)

Овощи

- a. гарнирные корне- и клубнеплоды
- b. др. гарнирные (брокколи, капуста)
- c. салатные (томат, лук, перец)
- d. бахчевые (тыква)
- e. экзотические (авокадо, кивано)

Зеленые овощи

- a. зелень (петрушка, укроп, базилик)
- b. салаты (листовой, фризе, масляный)
- c. экзотическая зелень (розмарин, шпинат)

Грибы

- a. культивируемые (шампиньон)
- b. экзотические грибы (иноки)
- c. некультивируемые (лисичка)

Переработанная плодоовощная продукция

- a. чищенные и шинкованные овощи/фрукты
- b. салатные смеси

Другие виды продукции

- a. _____
- b. _____

3. **Для производителя: объемы производимой продукции на момент заполнения:**

культура	плановый валовой сбор т	Плановая урожайность т/га	период уборки (месяцы)

7. Фасовочное оборудование:

Марка	Вид упаковки	Масса фасовки	Производительность в т/час

8. Калибровочное оборудование:

- Калибровка по размеру / массе Производительность т/час _____
- Калибровка по цвету Производительность т/час _____
- Ручная калибровка Производительность т/час _____

9. Наличие системы качества/ безопасности

- Контроль при выращивании
- Контроль при поступлении на склад
- Выходной контроль

10. Планируется ли у Вас рост или сокращение объёмов производства и когда?

- Рост Сокращение Не планируется

11. Возможности по логистике - доставка до РЦ все регионы (указать расстояние до каждого РЦ и стоимость доставки)

регион	расстояние , км	стоимость доставки руб/кг
Екатеринбург		
Челябинск		
Пермь		
Казань		
Ростов		
Самара		
Воронеж		
Нижний Новгород		

Санкт Петербург		
Москва		

12. Возможности по соблюдению требований к упаковке:

- Соблюдение гарантированного кванта да нет
- Соблюдение требований к размеру, материалу и качеству тары да нет

13. Рекомендации партнеров.

Ритейл _____

Производители, в том числе зарубежные _____

Минсельхоз _____

14. Годовой оборот компании в рублях

15. Годовой оборот компании в т

16. Количество лет на рынке (если были перерегистрации – указать)

17. Опыт работы с федеральными сетями, присутствие в федеральных сетях на момент заполнения Анкеты

Ф.И.О., должность лица, заполнившего анкету _____

Дата заполнения и подпись _____