Критерии и порядок отбора поставщиков продовольственных товаров для магазинов торговой сети ПУД

1. Введение

На сегодняшний день на территории Республики Крым ООО ПУД (далее – Компания) осуществляет торговую деятельность продовольственными и непродовольственными товарами в магазинах самообслуживания.

Сеть представлена магазинами**,** крупнейшим в Крыму логистическим центром и собственным автопарком. Ежедневно, покупки в сети делает около 200 тыс**.** жителей Крыма и гостей полуострова.

Сеть является единственным розничным оператором, системно представленным в малых городах и населенных пунктах с количеством жителей менее 10 тыс. человек, а так же в поселках степной части Крыма.

Цель Компании – обеспечение потребителей необходимым ассортиментом качественных товаров по экономически обоснованным ценам, удовлетворяющим требованию о соотношении цены и качества товаров при ведении этичного бизнеса. Условия достижения заявленной цели:

1. соблюдение требования законодательства РФ;
2. предоставление поставщикам равных возможностей для сотрудничества с Компанией;
3. свободное волеизъявление и взаимовыгодное сотрудничество сторон

Поставщик - это юридическое лицо/индивидуальный предприниматель, желающее вступить в договорные отношения с Компанией (или уже имеющее договорные отношения) по поставке товаров, предназначенных для реализации в торговой сети.

Правила взаимодействия Компании и поставщиков разработаны в соответствии с требованиям действующего законодательства Российской Федерации, в том числе Федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28.12.2009 № 381-ФЗ (далее – Закон о торговле).

1. Принципы выбора поставщика для компании ПУД
	1. Единые стандарты сотрудничества Компании с Поставщиками. Компания осуществляет отбор Поставщиков на основании единых критериев, сформированных исходя из целей экономической эффективности, четко регламентированных и установленных заранее. Не допускается отказ Компании от заключения договоров с Поставщиками на основании несоответствия таких Поставщиков критериям, не предусмотренным настоящими Правилами.
	2. Прозрачность и открытость. В процессе взаимодействия с Поставщиками Компания обеспечивает им доступ к информации о принципах выбора Поставщика, к проекту договора поставки, а также к другой существенной для сотрудничества информации, размещенной на официальном сайте Компании.
	3. Эффективность. Компания стремится реализовывать через свою торговую сеть товары высокого качества по разумным экономически обоснованным ценам путем отбора наиболее выгодных условий сотрудничества с Поставщиками. При этом со своей стороны Компанией прилагаются все усилия, чтобы оптимизировать издержки на тех этапах поставки товара в торговую сеть, на которых поставка осуществляется непосредственно Компанией, а не Поставщиками.
	4. Разумная предусмотрительность**.** В пределах возможного и должного, Компания осуществляет проверку Поставщиков на предмет их добросовестности и соблюдения ими требований законодательства Российской Федерации. 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 приобретателями товаров.
	5. Конфиденциальность**.** Руководствуясь принципами прозрачности и открытости во взаимоотношениях с Поставщиками, Компания, тем не менее, признает право на коммерческую тайну и конфиденциальность информации. В этой связи предоставляет Поставщикам информацию об условиях работы с конкурентами лишь в том объеме, который необходим в целях проведения конкурентных переговоров с потенциальными Поставщиками, направленных на получение Компании более выгодных условий поставки продовольственных товаров, в том числе снижение цены товара и обеспечение или улучшение качества товара и его упаковки.
2. Терминология, используемая в настоящих правилах

Потребитель – физическое лицо, приобретающее продовольственный товар в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Продовольственные товары- продукты в натуральном или переработанном виде, находящиеся в обороте и употребляемые человеком в пищу (в том числе продукты детского питания, продукты диетического питания), бутилированная питьевая вода, алкогольная продукция, пиво и напитки, изготавливаемые на его основе, безалкогольные напитки, жевательная резинка, пищевые добавки и биологически активные добавки.

Коммерческое предложение–это предложение Поставщика заключить договор поставки продовольственных товаров на условиях, указанных в таком предложении.

Товарная категория – это группа товаров, которые в процессе удовлетворения потребностей воспринимаются покупателями как взаимосвязанные и взаимозаменяемые.

Торговая сеть – это совокупность двух и более торговых объектов, которые находятся под общим управлением, или совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации.

Торговая точка – для целей настоящих Критериев, это структурная единица (магазин) торговой сети.

Распределительный центр– склад, на котором осуществляется приемка товаров от Поставщиков и их распределение по торговым точкам торговой сети.

1. Критерии отбора поставщиков

4.1. Юридические критерии

4.1.1 Поставщик зарегистрирован и осуществляет деятельность в соответствии с законодательством РФ.

4.1.2 Поставщик зарегистрирован и осуществляет деятельность в течение, по крайней мере, одного года с подачей в уполномоченные органы, по крайней мере, одной бухгалтерской (финансовой) отчетности.

4.1.3 Поставщик обладает всеми необходимыми лицензиями и разрешениями для осуществления видов деятельности, подлежащих лицензированию в соответствии с законодательством Российской Федерации.

4.1.4 В отношении Поставщика не проводятся процедуры банкротства и он не находится в стадии ликвидации, и нет оснований полагать, что такие процедуры будут инициированы в отношении Поставщика в течение срока действия Договора.

4.1.5. Подписание Поставщиком Договора, а также осуществление им прав и обязанностей по Договору, не противоречит положениям Устава Поставщика, а равно положениям любого другого договора и (или) соглашения, стороной которого он является.

4.1.6 Лицо, подписывающее Договор со стороны Поставщика, обладает всеми полномочиями и компетенцией, необходимыми для подписания Договора и его исполнения.

4.1.7 Отсутствуют основания полагать, что Поставщик может быть вовлечен в коррупционную или иную противоправную деятельность по отношению к Обществу и (или) работникам Общества.

4.2. Экономические критерии

4.2.1 Данные бухгалтерской (финансовой) отчетности Поставщика на последнюю дату, предшествующую заключению Договора, свидетельствуют о надлежащем финансовом состоянии Поставщика и наличии возможности исполнять обязательства, взятые на основании Договора.

4.2.2 В действиях Поставщика отсутствуют признаки недобросовестного налогоплательщика (в том числе, адрес массовой регистрации; массовые заявители, учредители и директора; сдача нулевой отчетности; отсутствие по юридическому адресу; отсутствует имущество, необходимое для ведения предпринимательской деятельности; и иное). Величина уставного капитала Поставщика соответствует установленному действующим законодательством размеру.

4.2.3 В случае если Поставщик не является производителем товара, Компания вправе запросить официальное письмо от производителя товара с подтверждением того, что Поставщик входит с производителем в одну группу лиц, либо является официальным дистрибьютором продукции производителя.

Если Поставщик является поставщиком импортного товара (в т.ч. сам является импортером), Компания вправе запросить официальное письмо от иностранного производителя о том, что Поставщик имеет право на использование соответствующего товарного знака на территории России, либо является импортером продукции производителя в Россию.

Компания стремится реализовывать продукцию по наиболее конкурентным ценам, поэтому наиболее эффективным считает заключение договоров непосредственно с производителями товаров, чтобы избежать наценок от перепродажи товара (сокращение цепочки товара на пути от производителя к конечному потребителю).

4.3 Репутационные критерии

4.3.1 Отсутствует информация о фактах неисполнения/ ненадлежащего исполнения Поставщиком принятых на себя обязательств перед Компанией, партнерами Компании, а также торговыми сетями, осуществляющими аналогичные виды деятельности.

4.3.2 Отсутствует информация о предъявлении к Поставщику налоговыми, антимонопольными, таможенными и иными государственными органами претензий.

4.4Логистические критерии

4.4.1 Транспортно-логистические возможности Поставщика позволяют осуществлять самостоятельную доставку товара на территорию Республики Крым.

4.4.2 В случае если транспортно-логистические возможности Поставщика не позволяют ему осуществлять самостоятельный развоз поставляемой продукции, Поставщик имеет право воспользоваться возмездной услугой по обработке товара на Распределительном центре Компании и услугой по развозу товара по магазинам.

4.4.3 Порядок поставки товара Поставщиком Компании не должен противоречить установленному в Компании порядку поставки, а также создавать препятствий для поставки товара другими поставщиками.

1. Критерии отбора товаров

При отборе товаров, в отношении которых будут заключены Договоры с Поставщиками, Компания использует следующие критерии.

5.1 Критерии качества

Товары и их упаковка соответствуют государственным стандартам и иным требованиям, предъявляемым российским законодательством к данной категории товаров. При заключении Договора Поставщик предъявляет Обществу всю предусмотренную российским законодательством разрешительную и сопроводительную документацию на поставляемый товар. На момент поставки товара его срок годности составляет не менее 75% от установленного срока годности.

5.2 Юридические критерии

Товар не находится в залоге, под арестом, на него не наложено иное обременение. Компетентными органами не наложен запрет на его реализацию.

5.3 Маркетинговые критерии

Товары, предлагаемые Поставщиком, относятся к товарным категориям, которые обычно представлены в товарном ассортименте Компании. В случае если Поставщик предлагает приобрести товары, относящиеся к новой товарной категории, ранее не представленной в товарном ассортименте, Компания оставляет за собой право принять решение о необходимости ввода новой товарной категории и, соответственно, приобретении товара Поставщика.

Потребности в закупках товаров определяются на основании ассортиментной матрицы Компании, которая разрабатывается сотрудниками Компании исходя из формата магазинов, позиционировании торговой сети и потребностей региона / города / магазина в разных товарных категориях с учетом сезонного влияния.

Товары, предлагаемые Поставщиком, известны покупателям и востребованы на рынке.

Ассортиментная матрица по категориям пересматривается с целью поиска новых позиций товаров, вывода из ассортимента позиций товаров, пользующихся незначительным спросом у розничных 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 Компанией торговой деятельности.

Необходимость пересмотра ассортиментной матрицы осуществляется по решению руководства каждой торговой сети.

При определении коммерческой привлекательности и, как следствие, высоких показателей продаж товаров, обозначенных товарным знаком (торговой маркой), Компания имеет право руководствоваться следующими данными:

* Данные об осуществлении продаж аналогичного товара на территории ЮФО.
* Данные аналитических агентств (в частности, AC Nielsen и др.) о доли данного товара на рынке товаров определенной товарной категории.
* Данные Федеральной службы государственной статистики России (Росстат) о доле производителя в общем объеме производства товаров данной товарной категории в России за предшествующий год.
* Данные таможенной статистики о доле производителя в общем объеме импортированных в Россию товаров данной товарной категории за предшествующий год.

Решение Общества о низкой коммерческой привлекательности товара Поставщика должно быть мотивированным и содержать ссылку на данные, указанные выше настоящих Критериев.

В случае если Общество принимает решение о низкой коммерческой привлекательности товара, Поставщику предоставляется право представить доказательства экономической обоснованности ввода товара в ассортиментный перечень Компании. Если такие доказательства не будут представлены, Общество оставляет за собой право отказаться от Коммерческого предложения Поставщика.

5.4 Ценовые критерии

Общество устанавливает розничные цены на товары на основании внутреннего порядка ценообразования. Порядок ценообразования по каждой товарной категории зависит от утвержденных внутренних норм Компании с учетом действующего законодательства РФ.

При обращении Поставщиков Компания вправе отбирать Поставщиков на основании следующих критериев:

* Закупочная цена товара позволяет впоследствии установить такую розничную цену на товар, при которой товар, с одной стороны, будет востребован покупателями, и, с другой стороны, выполнит ожидания Компании по прибыльности.
* Закупочная цена на товар не превышает разницу между его среднерыночной розничной ценой и нормой прибыли, установленной Компании для данной категории товаров.

При проведении Компании ценовых конкурсов на определенные категории товаров, Компания вправе отбирать Поставщиков на основании одновременного удовлетворения следующих критериев:

* Поставщик предлагает наилучшие условия по цене товара.
* Поставщик предлагает наилучшие условия по качеству товара.
* Поставщик предоставляет гарантии выполнения объемов и сроков поставки товаров.

При отборе Поставщика Компания вправе запрашивать информацию, на основании которой сможет сделать вывод об обоснованности и целесообразности предлагаемой Поставщиком закупочной цены на товар.

1. Процедура работы с коммерческими предложениями

6.1 Процедура отбора Поставщиков

Решение о сотрудничестве с Поставщиком принимается на основании анализа поступившего Коммерческого предложения Поставщика/Производителя, а также документов Поставщика, на соответствие критериям отбора Поставщиков и критериям отбора товаров, указанным в настоящих Критериях.

Решение о заключении Договора или об отказе в заключении Договора с Поставщиком принимается Ассортиментным комитетом Компании по результатам комплексного анализа Коммерческого предложения, а также документов и информации, поступивших от Поставщика.

6.1.1 Компания предъявляет следующие требования к предоставляемым документам и информации:

(A) Коммерческое предложение Поставщика/Производителя (в форме сканированных копий) направляются на электронный адрес Компании, указанный на сайте Компании.

По запросу Общества Поставщик также предоставляет образцы предлагаемой продукции.

Следующие документы и информация направляются почтовым отправлением/курьерской доставкой на почтовый адрес Компании:

* устав в последней редакции с отметкой уполномоченного органа, свидетельство о государственной регистрации, свидетельство о постановке на учет в налоговом органе, информационное письмо об учете в Статрегистре Росстата (для юридических лиц);
* положение о филиале, свидетельство о постановке филиала на учет в налоговом органе, протокол собрания акционеров/участников об учреждении филиала, свидетельство о внесении изменений в ЕГРЮЛ в связи с учреждением филиала (для филиалов юридических лиц);
* свидетельство о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, свидетельство о постановке на учет в налоговом органе физического лица, свидетельство о внесении записи в ЕГРИП, документ, удостоверяющий личность (для индивидуальных предпринимателей);
* документ, подтверждающий полномочия представителя Поставщика на подписание Договора (доверенность либо протокол/решение об избрании/назначении);
* бухгалтерский баланс на последнюю отчетную дату с отметкой налогового органа о приеме;
* информация о судебных разбирательствах, в которых участвует Поставщик;
* подтверждение о непроведении в отношении Поставщика процедуры ликвидации, отсутствии решения арбитражного суда о признании Поставщика банкротом или об открытии конкурсного производства;
* подтверждение о неприостановлении деятельности Поставщика в порядке, предусмотренном Кодексом об административных правонарушениях;
* лицензия в случае, если предметом Договора является деятельность Поставщика, подлежащая лицензированию;
* подтверждение отсутствия у Поставщика задолженности по начисленным налогам, сборам и иным обязательным платежам в бюджеты любого уровня или государственные внебюджетные фонды за прошедший календарный год, размер которой превышает 25% процентов балансовой стоимости активов Поставщика по данным бухгалтерской отчетности за последний завершенный отчетный период.

Компания гарантирует Поставщику соблюдение режима конфиденциальности в отношении документов и информации, предоставленных Поставщиком.

Поставщик должен передать Компании указанную в настоящей статье информацию на фирменном бланке Поставщика. Документы, указанные в настоящей статье предоставляются в виде нотариально заверенных копий или копий, заверенных уполномоченным лицом Поставщика, с обязательным проставлением печати Поставщика. Документы и информация, содержащие более одного листа, должны быть прошиты и пронумерованы.

6.1.2 Способы отбора Поставщиков

Поставщики направляют Компании свои Коммерческие предложения (на электронный адрес), образцы товаров, а также документы и информацию, указанные в п. 6.1.1. настоящих Критериев (на почтовый адрес).Решение о заключении Договора или об отказе в заключении Договора с Поставщиком принимается Обществом в соответствии процедурой, установленной в настоящих Критериях.

После получения Коммерческого предложения, заполненных анкет, образцов продукции, а также документов и информации от Поставщика ПУДрассматривает их и принимает решение о заключении Договора или об отказе в заключении Договора с Поставщиком в соответствии процедурой, установленной настоящих Критериев.

6.2. Компания рассматривает Коммерческие предложения, документы и информацию Поставщика и принимает решение о заключении Договора или об отказе в заключении Договора с Поставщиком в срок не превышающий 30 календарных дней с момента получения Коммерческого предложения, документов и информации Поставщика (далее – «Срок рассмотрения»). В случае возникновения у Компании вопросов, указанных и непредставления Поставщиком ответа в установленный срок, Компания вправе продлить Срок рассмотрения на соответствующий срок получения ответа.

6.3. В случае положительного решения по коммерческому предложению Поставщику направляется электронное сообщение о принятии коммерческого предложения и заполненный договор для подписания Поставщиком.

1. Требования к оформлению коммерческих предложений
	1. Коммерческое предложение оформляется на фирменном бланке Поставщика с подписью уполномоченного представителя и печатью Поставщика.
	2. Коммерческое предложение должно содержать следующую информацию:
		1. Официальное письмо с описанием истории и планов развития компании, ее производственных мощностей;
		2. Информацию о представленности продукции по регионам РФ, с указанием доли поставщика на рынке соответствующей категории;
		3. Рекомендованный ассортимент исходя из формата магазинов Компании, а также требований к отсутствию дополнительной предпродажной подготовки товара;
		4. Цена с НДС с учетом доставки на территорию Республики Крым;
		5. Информацию по срокам годности, параметрах продукции (вес позиции, минимальный заказ, вид упаковки, параметры транспортировки и вложению в ящик);
		6. Условия и частота доставки товара на территорию Республики Крым;
		7. Информацию о позиционировании продукции, рекомендации по употреблению и другие данные, которые могут быть значимыми при принятии решения о закупке данной продукции.
		8. Контактные координаты уполномоченного для ведения переговоров сотрудника.
		9. В предложении указывается готовность в соблюдении условий договора Компании, который размещен на сайте компании.
		10. Коммерческое предложение должно содержать в качестве приложения наглядные материалы (фотографии, видеоматериалы, презентации, каталоги и т.д.), демонстрирующие внешний вид продукта.

Компания вправе не рассматривать предложения, направленные в ином, чем предусмотрено, порядке, описанном выше.

* 1. По запросу Компании передаются образцы продукции.
	2. Одновременно с передачей образцов передается пакет разрешительной документации согласно требований законодательства РФ на предлагаемую группу товаров, а также предоставляется информация о внедренных системах контроля качества на производстве.