

Покупаем правильно!

Александр ТАРАНИШИН,
начальник отдела закупок
металлолома и металлоотходов
ОАО «Днепроспецсталь»

Работа снабженца тяжела, ответственна и часто опасна. Спросите, почему? А потому, что приходится решать боевую задачу в условиях, как правило, полной неопределенности и отсутствия данных разведки, выполнять приказы, которые редко стыкуются с реальной боевой обстановкой. И заботиться о том, чтобы сделать этот труд менее рискованным и более для компании результативным, зачастую никто, кроме самих слуг Гермеса, не торопится. Попробуем наладить свою жизнь самостоятельно?

Простой пример, в котором каждый закупщик узнает реалии своего каждодневного ратного труда на благо родной Компании. Звонок секретаря Самого:

– Тут Иван Степанович хочет, чтобы вы купили каждому работнику офиса такую, ну, не знаю, как объяснить, ну, такую «пимпочку» на стол, которая может резать! Вот! Он сказал, чтобы она была у всех. А у него лучше всех!

Предварительный сбор разведанных у секретаря не вносит ясности, что это за «резательная пимпочка». Вы бросаетесь в разведку боем, и, преодолев отчаянное сопротивление секретаря, «берете языка», т.е. добиваетесь разговора с боссом. Оказывается, «пимпочка» – вовсе и не «пимпочка», а «висюлька» на специальной подставке. Стоит/висит себе на столе, а когда необходимо разрезать конверт, ее снимают и пускают в ход. Но не вздумайте называть сей предмет ножом – это, оказывается, целое произведение канцелярского искусства, которое своим эстетическим видом должно позитивно влиять на производительность труда. Особенно, если будет иметь «веселенькую» маскировочную раскраску. Впрочем, нет, у самого босса цвет должен быть несколько более сдержанным. Естественно, «висюльки» должны быть лучше, чем в офисе у главного клиента компании и друга босса Василия Викторовича. А он, кстати, завтра в 8.30 приедет на встречу, так что к этому времени новинка должна быть на каждом столе. И чтоб недорого, ведь у нас режим строжайшей экономии!

Та еще задачка: к утру найти 369 (именно столько в компании сотрудников, которых отдел кадров никак не мог сосчитать) однотипных, но разноцветных ножичков на подставочке. Такого количества ни у одного поставщика не оказалось, и пришлось покупать сразу у трех. Но и у них не было одинаковых – взяли трех видов. Из «веселеньких» цветов в Украине остались, к сожалению, только черные и серые. На то, чтобы торговаться, времени, естественно, тоже не было. И все равно к приходу дорогого клиента товар не успел. Лишь выходя из кабинета босса, Василий Викторович стал свидетелем хаотичной распаковки и раздачи сотрудникам возжеланных «висюлек».

Подвиг на благо родной компании генералитет оценил: вас вызвали «на ковер», устроили выволочку за поставку не в срок, не того вида и не тех цветов и потребовали немедленно все заменить. Финансовый директор и начальник службы безопасности «поддержали» замечаниями о превышении всех мыслимых бюджетных лимитов на канцелярию в условиях режима строжайшей экономии и необходимости служебного расследования, почему фирме N за каждую «висюльку» было заплачено на 23 коп. больше, чем фирме M, ведь товар практически одинаковый.

Написав кучу объяснительных, вымолив у финансового проплату через два месяца после получения товара, окончательно поссорившись с поставщиками, которые под ваше честное слово дали товар без обычной предоплаты, сократив закупки бумаги для «выравнивания» бюджета (при этом остановив офисную работу и получив еще один нагоняй от начальства и кучу «приятных» слов от коллег), операцию «Пимпочка» вы завершили. Правда, 12 сотрудникам обновок не хватило, поскольку запас в 20 шт. (специально для тех, кого забыли включить в списки) «растворился»: 3 ножичка потребовал главный бухгалтер для друзей в налоговой, 6 сломались в процессе приемки (есть соответствующим образом оформленные акты), 11 было недопоставлено (от кого, непонятно, поскольку склад не помнит, что от какого поставщика пришло, а акты не составил из-за спешки). «Неполученцы», естественно, на вас обиделись. А ведь среди них в основном оказались те, кто, будучи в опале у офис-менеджера (который распределял «висюльки»), всегда помогал службе снабжения.

Но мы на войне. А значит, одна операция завершилась, а десятка два новых уже началось. И мы воюем.

Покупаем «пимпочки» (малоценные товары независимого спроса)

Понятно, что при неорганизованности тылов и отсутствии разведки битву не выиграть – родная компания рискует потерпеть фиаско. Бардак – главный враг даже мощной армии. Поэтому надо попробовать навести хоть какой-то порядок.

В идеале, заявка на **покупку** этих самых «пимпочек» должна была поступить заблаговременно (чтобы осталось время для выполнения), с указанием точной марки, производителя, и, в данном случае, количества предметов каждого цвета. А еще у нас не должна болеть голова о том, как «выбить» деньги на оплату заказа! Ответственность за то, чтобы эти деньги были зарезервированы, лежит не на снабженцах, а на заказчике. Он хочет – он должен это забюджетировать, чтобы, закупая, снабженец мог быть уверен, что оплата будет осуществлена точно в оговоренный срок (хотя, в принципе, платить в срок в украинском снабжении – моветон. Чем дольше не платишь – тем лучше. Но это уже другой разговор).

Скажите, это нереально? Еще как осуществимо, только надо кое-что изменить в отношениях внутри компании. И чем она меньше, тем легче это сделать. А все начинается с простого документа, который называется «Заявка на приобретение». И еще одного, который можно назвать «Приказ генерального директора об упорядочении закупок и контроле затрат». Причем обязательно впишите в эти страшные для всех и так любимые финансистами и директорами слова «контроль затрат». Если они будут, то «заявка на приобретение» заработает! Впрочем, о подробностях приказа мы поговорим позже, а сейчас разберемся, что же должно быть в такой заявке и чем она отличается от служебной записки в отдел снабжения с просьбой о приобретении чего-то там.

Служебная записка немногим лучше звонка, а часто и хуже, поскольку после ее получения снабженцу приходится искать заказчика (вызванивать, бегать по цехам), чтобы выяснить, чего же все-таки ему хочется. Сами посудите, насколько облегчила бы задачу служебная записка вроде приведенной в Табл. 1. От звонка такой документ отличается тем, что ему можно присвоить регистрационный номер. На этом польза исчерпывается. Щитом в защите чести и репутации снабженца она вряд ли послужит – любые оправдания будут отмечены одной фразой: «Служебку» получил? Вот и выполняй!»

Табл. 1 Пример «типичной» служебной записки

ЗАТ «Український пряник»

Служебная записка

Кому: Купленко С. В., начальнику отдела снабжения

От: Секретарук И. В., секретарь Самого

Дата: вчера

Предмет: закупка пимпочек

Уважаемый Сергей Валерьевич!

Иван Степанович потребовал от Вас **СРОЧНО** закупить пимпочки на стол каждого офисного работника нашей компании.

Заранее благодарю

С уважением,

Секретарук Ирина,
секретарь Самого

В отличие от «служебки», в заявке на приобретение есть две очень важные вещи: клеточки, которые заказчик должен обязательно заполнить, и подсказки, как их заполнять:

ЧТО – точное описание товара, марка;

СКОЛЬКО – количественная составляющая;

КАКОЙ – описание специфических характеристик;

ЧЕЙ – производитель товара;

ГДЕ – описание места применения;

КОГДА – на какую дату следует поставить;

КУДА – место доставки;

ЗАЧЕМ – описание потребности в товаре;

КОМУ – заказчик;

ЗА ЧЕЙ СЧЕТ – центр затрат или бюджетная статья, из которой закупка будет оплачена;

КТО – ответственный за центр затрат.

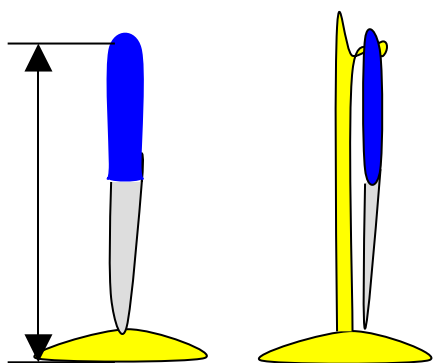
Пожалуй, самый важный из перечисленных разделов – ЗА ЧЕЙ СЧЕТ. Ведь хороший закупщик, дай ему задание, **самого** черта купит и **из ада** притащит. Но хуже самого ада для него выбивание оплаты за то, что было срочно необходимо, а на него «денег нет»!

В документе может быть еще один важный вопрос: срочная поставка или нет? Он нужен, чтобы продвинуть заявку в первоочередные, проработать по сокращенному пути, возможно, по более высокой цене, без конкурентных торгов и т.д.

Кстати, знаете, почему наш снабженец получил служебную записку, приведенную выше? Нет, не угадали! Ирина – очень хороший, умный, добрый, отзывчивый человек и дисциплинированный работник, она нисколько не хотела «наехать» на бедного начальника снабжения. Просто она не задумывалась над тем, что слово «пимпочка» будет непонятно Сергею Валерьевичу. А если бы у нее была под рукой «Заявка на приобретение» с пометкой «Принимается после заполнения всех клеточек», и в каждой клеточке мелким шрифтом – подсказка, что надо написать, она бы и заполнила их все, и вытребовала бы у босса всю информацию о том, что же все-таки он хочет! И отдел снабжения получил бы документ, приведенный в Табл. 2.

Табл. 2 Заявка на приобретение

№ п/п	Название и точное описание товара, его основных характеристик, марки (если есть), цвета, размера	Ед.	К-во	Цель, причина закупки, место применения	Желательная дата поставки
1	Предмет для разрезания конвертов и др. бумаг, который хранится в висящем положении на подставке (согласно схематическому изображению). Желательно, чтобы цвет подставки и предмета был одинаковым. Сами предметы и подставки должны быть разных цветов.	Шт.	Для каждого работника офиса	Повышение производительности труда сотрудников офиса через повышение настроения от вида эстетически оформленного предмета	Завтра, до 8.30



Да, лучшим вариантом было бы получение заявки с указанием производителя и марки, а не какого-то эскиза. Но, согласитесь, что и с такой уже можно работать – не то, что с информацией, полученной по телефону или в служебной записке!

Хорошо бы еще, чтобы заявка поступала не в режиме «сегодня на вчера» или «сегодня на завтра», а хотя бы за неделю до даты поставки. И тут мы подходим к вопросу процедуры закупок. Впрочем, назвать это можно, как угодно: «Политика закупок», «Процедура закупок», «Методика закупок» или еще как. Главное, чтобы она была утверждена соответствующим документом, который мы назвали «Приказ генерального директора об упорядочении закупок и контроле затрат». Если он будет, его можно заставить работать!

Этот документ должен, как минимум, утверждать, кто отвечает за закупки, кто – за заявки, кто контролирует правильность закупок и как (пример – в Табл. 3). А также требовать, чтобы закупки осуществлялись только с оформлением заявок на приобретение (нет заявки – не будет закупки!) В этом же приказе либо в отдельном могут описываться процесс прохождения заявки и дальнейшие действия отдела закупок по определению лучшего предложения, оформлению договоров, тестированию товаров, оплат, претензионной работ и т.п. Если, конечно, мы хотим делать все правильно с самого начала пути формализации закупочной деятельности.

Табл. 3 Пример Приказа об упорядочении закупок и контроле затрат

ЗАТ «Український пряник»

ПРИКАЗ

генерального директора

Киев

№ 13 от 13 января 2007 г.

С целью обеспечения упорядочения закупок и контроля затрат приказываю:

1. С февраля 2007 г. закупки осуществляются только централизованным отделом закупок.
2. Отделы и подразделения оформляют в отдел закупок заявки на приобретение утвержденного образца с обязательным заполнением всех полей документа.
3. Заявка должна быть утверждена ответственным за центр затрат.
4. Отдел закупок обязан выполнить заявку по материалам, которые приобретаются в Киеве, в течение 3 дней, за пределами Киева – в течении недели, по импорту – за 1 месяц.
5. В случае закупок сложных материалов, которых нет в запасах поставщиков, первичных закупок, проведения тендеров, тестирования новых видов материалов сроки поставки согласовываются с подразделением-заказчиком.
6. Финансовому директору ЗАО «УП» выделить рабочее время бухгалтеру, ответственному за контроль бюджетных средств, для работы с Заявками на приобретение на предмет соответствия наличия средств в бюджетах подразделений заявителей.

Степаненко И. С.

Конечно, данный приказ не дает ответы на многие вопросы, которые могут возникнуть в процессе оформления заявки. Лучше бы разработать более детальную процедуру, в которой предусмотреть все спорные моменты. Но, как предупреждал А.Чехов, длинный документ никто читать (а значит, и выполнять) не будет. В вот такой краткий и талантливый документ вместе с информативной заявкой помогут упорядочить закупки и снизить затраты компании.

**Покупаем «загогулины»
(закупка запасных частей)**

Будем считать, что с малоценкой и канцелярией разобрались. А что делать, если необходимо закупить запасные части? В принципе, должен работать тот же приказ и такая же заявка – в самом процессе оформления ничего не меняется. Но есть различия в том, как генерируется эта самая заявка на приобретение.

Если закупка канцтоваров часто происходит хаотически (неизвестно, что и когда захочет Иван Степанович), то в подготовке заявок на приобретение запасных частей возможны три подхода:

- ▶ сломалось – купи;
- ▶ планируешь заменить – купи;
- ▶ купи в запас.

В первом случае все происходит по той же схеме, что и с канцтоварами: оформляется заявка на приобретение, и закупщики ее выполняют. Только часто очень-очень быстро – производство-то стоит!

Второй подход (планируешь заменить – купи) более характерен для «продвинутых» компаний, которые внедрили у себя на производстве, складе, автопарке (нужное подчеркнуть), систему плано-предупредительных ремонтов и технического обслуживания. Если после каждых 500 часов работы линии СХК-30, производящей печенье, необходимо проводить смазку, на которую тратится 20 л масла ТП-22, и менять семь подшипников 613, то мы можем закупить все это именно к началу остановки на плано-предупредительный ремонт.

Если инженеры способны решить первую задачу, т.е. определить, через сколько часов и что необходимо сделать, то осилят и вторую – рассчитают, когда этот ремонт будет осуществляться. Действие очень простое: берется план производства, рассчитывается, за сколько машино-часов он будет выполнен и сколько уже отработано с предыдущего ППР. В решении третьей задачи понадобится помощь закупщиков: необходимо указать время поставки каждого вида материалов для ППР. Тогда инженерная служба сможет выдавать заявки вовремя: если ремонт запланирован на 23 июня, время поставки масла и подшипников – две недели, то заявку надо подать не позже 9 июня.

В запас покупаются, как правило, малоценные и быстро изнашиваемые запасные части и расходные материалы. Они хранятся на складе и расходуются по мере необходимости, а склад составляет заявки на приобретение, когда запасы подходят к концу. Опять же, снабженцы должны

информировать склад о сроках поставки каждого материала и минимальных партиях. Зная ежедневный (еженедельный, ежемесячный) расход, склад может планировать время подачи заявок. Естественно, если есть «крутая» информационная система, которая помогает планированию запасов и закупок, всем намного легче! Но если ее нет, то наведение порядка в вопросе закупок позволит компании сделать большой шаг в упорядочении расходов средств. Кстати, работа по принципу «купи на запас» возможна не только с «загогулинами», но и с некоторыми видами «пимпочек» – регулярно расходуемой малоценкой.

Покупаем муку (закупка основного сырья и материалов)

А как быть с материалами, которые закупаются для производства регулярно? Писать ли каждый раз заявки на приобретение? Ответ однозначен: писать! Правда, форма этого документа не всегда будет одинакова. Прежде всего, надо определиться, покупается данный товар впервые или повторно, т.е. на постоянной основе.

Повторно

Если речь идет о знакомом материале, с известными свойствами (по согласованной спецификации), контроль за своевременным заказом и закупкой лежит либо на плановике (все равно, сидит он на складе, в отделе снабжения или на производстве), либо на самом закупщике. В этом случае заявка на приобретение может иметь упрощенный вид. В ней должны быть следующие графы:

ЧТО – название материала с кодом;

КАКОЙ – номер спецификации (дополнения к контракту, по которому согласованы характеристики материала с поставщиком);

КОГДА – дата поставки;

КУДА – предприятие или склад, на который материал необходимо поставить (если у компании несколько площадок);

СКОЛЬКО – объем поставки;

КТО – подпись того, кто составил заявку.

Какие-либо дополнительные согласования или уточнения создавать нет необходимости – все уже было оговорено при предыдущих поставках. Часто подобные заявки имеют форму и название графика или таблицы поставок. В современных информационных системах подобные документы могут генерироваться, подтверждаться и сохраняться только в электронном виде.

Впервые

Закупка новых товаров может производиться по разным причинам. Это может быть приобретение совершенно новых для компании материалов, с которыми до сих пор работать не приходилось, или замена существующих – когда найден более выгодный вариант или старое сырье по каким-то причинам нас более не устраивает.

Покупаем совершенно новое. Допустим, до сих пор печенье производилось без муки. А тут вдруг технологи узнали, что с ней будет вкуснее. Маркетинг попробовал и решил, что это хорошо и будет продаваться. Продажи сказали, что с трудом, но продадут, и срезали прогнозы маркетинга в четыре с половиной раза. Финансисты запросили цены на технологическое чудо под названием «мука», ужаснулись по поводу прибыльности и со слезами на глазах на общем собрании руководства дали себя уговорить на запуск такого продукта в серию.

Описанное выше и может быть процедурой запуска нового товара, которая оформляется приказом генерального директора, или политикой по запуску новой продукции, или методикой введения новых видов, или... Названий существует много, но суть одна: если у кого-то есть идея что-то новое «заквасить», он спрашивает у маркетинга и продаж, продадут ли они это, сколько и по какой цене. Потом – у технологов: могут ли они это сделать. Далее интересуется у закупщиков, сколько будут стоить необходимые компоненты. Финансисты посчитывают, во что все это обойдется и стоит ли город городить. Все просто. Остается только под эту процедуру разработать документы, которые будут ее регламентировать. В том числе и те, которые необходимы для правильного оформления закупки.

Заявка на приобретение материала остается неизменной, и заполняют ее по-прежнему технологи. Но кроме того, появляется новый документ – «Акт утверждения материала» («Удостоверение об утверждении», «Утверждении об утверждении» – назвать его можно, как угодно), в котором все заинтересованные стороны подтверждают, что материал, поставленный по этой спецификации, удовлетворяет потребностям качественного производства. С этим должны согласиться и под этим

подписаться: производство (пользователь), технологи (разработчики нового продукта) и отдел качества. Ну, и покорные слуги Гермеса, без чьей подписи акт считается недействительным. А то коллеги захотят звездочку с неба, когда нужен светодиод, и лишь снабженцы могут вернуть их с небес на землю, чтобы, в конце концов, иметь возможность поставить то, что действительно необходимо.

Есть подвид закупок нового материала, который называется *Василиса Премудрая*. Он характеризуется особой четкостью постановки задачи: «Купи то – не знаю что». Это когда технологи слабо представляют, что им надо, но знают, для чего. В этом случае используется все та же заявка на приобретение, дополненная массой описаний и чертежей, имеющих, к примеру, даже такой вид: «Материал для производства печенья с салом должен иметь белый цвет, без дополнительных включений, с одной стороны покрытый шкуркой, слегка подкопченный, на вкус соленый и жирный. Привкус сала приветствуется». (Натуральное сало, кстати, в этом случае не подошло – оказалось, нужен копченый сыр). Тяжеловато находить такие материалы, но что поделать – это часть работы службы снабжения. Главное – получить от заказчика как можно больше информации о том, что он хочет, помочь ему свои пожелания конкретизировать.

Еще один подвид закупок новых материалов называется *Джеймс Бонд*. Это когда закупщики – рыцари корпоративной технологической разведки, глаза и уши компании – находят новый вид материала, который может сделать продукты компании более совершенными, чем у конкурентов. Никто в фирме об этом еще не знает, только сами снабженцы, потому что они нашли материал или его поставщиков. Но для того, чтобы купить образцы новинки и подробно их исследовать, необходимо разрешение высшего руководства. А оно дает его, лишь посоветовавшись с представителями технологов, производства, маркетинга, продаж, финансов. Как правило, это происходит на регулярных встречах комитета (совета) по развитию новых видов продукции. Продвинутые компании для таких целей создают специальные закупочные команды, в которые включают представителей отдела снабжения, других структурных подразделений и фирм-поставщиков.

Заявка на приобретение опять-таки заполняется. В этом случае закупщик составляет ее сам для себя, но согласует с технологами и высшим руководством и на стадии подписания получает «добро», которое фактически является ответом на вопрос «За чей счет?»

Покупаем потому, что нашли лучшее. Здесь все просто: нашли нового поставщика аналогичного материала с улучшенными характеристиками, более выгодными условиями поставки или по более привлекательной цене, протестировали, составили «акт об утверждении/забраковке» – и начинаем использовать новое. Если товар не очень отличается от старого (скажем, упаковка для печенья по обычной спецификации, но у другого поставщика на лучших условиях), то поставка оплачивается в обычном порядке – из бюджета снабжения.

Покупаем потому, что старое плохое. Производственники, технологи, отдел качества, маркетинг, продажи приносят акты забраковки материалов, которые покупаются регулярно, и предлагают найти другие. Заполняют заявку за приобретение с новыми, более жесткими требованиями к качеству, с новой приложенной спецификацией, если необходимо. И, согласно этим путеводителям, **закупщик** начинает дерзать.

Так что заявка на приобретение, как видите, оказывается очень удобным и универсальным документом.

Внешние документы

Наконец, мы добрались до документов, которые компания «светит» во внешний мир. На самом деле их довольно много, но нас в данный момент интересуют только два: **запрос на коммерческое предложение (оферту) и заказ на закупку**.

Первый адресуется потенциальным поставщикам при приобретении новых товаров или в случае, когда есть необходимость и возможность получить лучшие условия поставок. Он должен содержать ответы на вопросы:

ЧТО – точное описание товара, марка;

СКОЛЬКО – количественная составляющая;

КАКОЙ – описание специфических характеристик;

ЧЕЙ – производитель материала;

ГДЕ – описание места применения;

КОГДА – на какую дату следует поставить;

КУДА – место доставки;
ЗАЧЕМ – описание потребности в закупке;
КОМУ – заказчик (не обязательно);
КАКОЕ – вид упаковки и тары;
КАК – условия поставки;
ЗА СКОЛЬКО И КАК – цена и условия оплаты;
КТО СОСТАВИЛ – автор запроса и кому направлять предложения;
КТО ПОКУПАЕТ – реквизиты компании;
ДО КОГДА – до какого времени принимаются предложения.

Обратите внимание, что запрос на коммерческое предложение не полностью повторяет заявку на приобретение: графы с информацией, для поставщика не обязательной, исчезли, зато появились другие, которые потенциальный партнер должен заполнить (они выделены курсивом). В самом деле, зачем поставщику, тем более потенциальному, знать, из какого бюджета будут платиться деньги и кто утверждал заявку на приобретение? Но когда и на каких условиях, по какой цене будет осуществлена поставка, важно как для продавца, так и для покупателя. А без реквизитов компании, указания контактного лица, его телефона, факса, электронной почты дальнейшее общение вообще вряд ли будет возможно.

Следует отметить, что некоторые компании требуют ответа на запрос на своем же бланке. Тогда в полях, которые должны заполнять и покупатель, и поставщик, предусматривается дополнительное место, а также добавляются строки:

КТО – реквизиты поставщика
КТО УТВЕРДИЛ – представитель компании, который имеет право утверждать оферты;
КТО СОСТАВИЛ – автор документа и контактное лицо;
ДО КОГДА поставщика – до какого времени предложение действительно.

Очевидно, что подобный обмен документами занимает много времени, и в некоторых простых закупках без него можно обойтись. Например, если мы хотим купить один обычный веник для сравнения его эффективности с используемыми на данный момент поломочными машинами, заявку на коммерческое предложение **можем** не заполнять – достаточно сделать запрос по телефону. Да и саму оферту можно не требовать – сразу попросить выписать счет. Впрочем, количество случаев, когда можно обойтись без формализованной переписки, должно быть строго ограничено. А внутренний документ – заявка на приобретение – должен оформляться обязательно!

Кстати, все специализированные закупочные ИС и системы класса ERP требуют ввода каждой заявки на приобретение. Зато в дальнейшем, **на основе ее**, добавляя необходимые данные, можно создавать заявки на закупку. В противном случае пришлось бы переписывать (перепечатывать) информацию вручную.

Хотя в некоторых компаниях закупщики форму заявки на приобретение делают такой, что вся информация, которая не нужна поставщику, оказывается внизу страницы. Потом делают ксерокопию, отрезают (при помощи ножниц или «пимпочки») эту нижнюю часть, дописывают от руки дополнительные строки, ставят штамп с контактами закупщика и отправляют по факсу. Это экономит много времени, но может ввести в заблуждение адресата, который получит документ под названием «Заявка на приобретение» и воспримет его как обязательство с вашей стороны приобрести товар именно у него. А вы-то хотели только получить коммерческое предложение. И из-за такой, казалось бы, безделицы можно нажать кучу проблем! Избежать их иным помогает трафарет, который закрывает название «Заявка на приобретение» текстом «Запрос на коммерческое предложение», а также «накладывает» дополнительную информацию поверх согласованных подписей.

Если нет компьютерной системы (и даже если она есть), некоторые продвинутые компании используют для такого типа документов копировальную бумагу: оригинал и пара-тройка первых копий имеют заглавие «Заявка на приобретение» (себе для контроля, в финансовый отдел и т.п.), а на **последней** стоит заглавие «Запрос на коммерческое предложение». При необходимости их можно дооформить и отправить потенциальным поставщикам.

Но пойдем дальше.

Выбрав из поступивших предложений лучшее (о процессе выбора, простите, разговор особый), можно готовить **заказ на закупку**. Основная его цель – уведомить поставщика о необходимости поставить ранее оговоренную партию товара. Такой заказ может быть устным или письменным. **Но, всегда лучше, если он будет письменным.** В случае заключения договора становится его частью.

Содержание нового документа, опять-таки, во многом повторяет заявку на приобретение. Но появляются и некоторые изменения – отметка о готовности поставить товар в указанные сроки или подпись и печать руководителя фирмы-поставщика.

Получив заказ, поставщик обязан сообщить об этом его автору и подтвердить готовность выполнения. Нередко даже на самих бланках пишут: «Подтвердите, пожалуйста, готовность выполнить заказ в указанные сроки и комплектности, поставив подпись и печать компании на данном документе в отведенном поле. Подтверждение просим направить сегодня на факс ___».

Еще одним важным моментом является требование к поставщику указывать наш номер заказа в товаросопроводительных документах. Это позволяет облегчить работу склада, даже если нет информационной системы. А если она есть, зная номер заказа, работники склада, открыв его в системе, могут легко подтвердить приход. И никакой путаницы с названиями материалов, их номенклатурными номерами, разборок с бухгалтерами: товар уже «обозвали» так, как он должен быть приходован.

По сути, заказ на закупку имеет практически все основные пункты договора. Фактически он и является договором. Или становится его частью, о чем в самом договоре на поставку делается специальная оговорка.

Печатается заказ на закупку в нескольких экземплярах: один остается закупщика, другой отправляется поставщику, третий уходит в бухгалтерию, четвертый – в склад (чтоб знали, чего ожидать на свою голову!). Ну, и пятый можем отдать заказчику – порадовать, что счастье недалече! Как хорошо все-таки, что мы раскошелились на копировальную бумагу – напечатал раз, а сколько людей порадовал! Хотя еще лучше, если печатаются только два экземпляра (для поставщика и для себя), а остальные хранятся в электронном виде.

Итоги

Вот и все. Мы описали три основных закупочных документа. Нет, о накладных, счетах, договорах, упаковочных листах, сертификатах качества и т.д. и т.п. никто не забыл – просто эти документы оформляют все и всегда, эта часть более-менее упорядочена и регламентирована. А вот то, что происходит до их создания, находится, как правило, в хаотическом состоянии. Но эти самые три бумажки – стандартная заявка на приобретение, запрос на коммерческое предложение и заказ на закупку – позволяют облегчить жизнь всем: заказчикам, финансистам, складу, транспортникам и снабженцам.

Кто-то удивится, но даже закупки по импорту не будут исключением для этих документов. Причем западные поставщики обязательно оценят грамотную организацию работы и вопросов по поводу «чего это вы прислали» задавать не будут. Главное, чтобы форма имела надписи и пояснения еще и на иностранном языке.

В одной статье, конечно, нельзя предусмотреть все вопросы, которые возникают в снабжении, и все виды товаров, которые приходится закупать. Но, опираясь на описанные выше процессы, каждый может разработать свои документы, формы, процедуры закупки различных товаров и для различных целей. Как говорится, было бы желание!