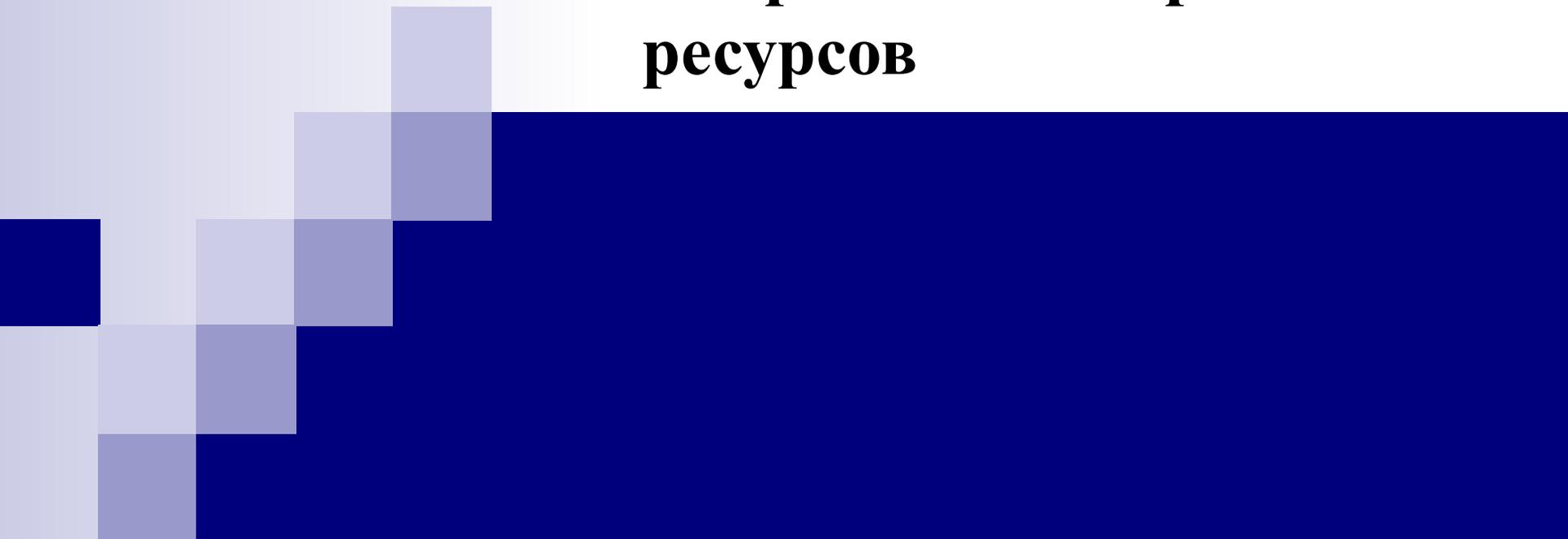


Условия поставки и приемки материальных ресурсов



Хозяйственные связи - основа материально-технического снабжения предприятия

Хозяйственные связи представляют собой совокупность экономических, организационных и правовых взаимоотношений, которые возникают между поставщиками и потребителями средств производства. Рациональная система хозяйственных связей предполагает минимизацию издержек производства и обращения, полное соответствие количества, качества и ассортимента поставляемой продукции потребностям производства, своевременность и комплектность ее поступления.

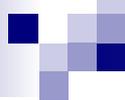
Хозяйственные связи между партнерами считаются установленными при заключении договора (контракта).

Классификация хозяйственных связей

1. По виду - прямые и опосредованные (косвенные).

Прямыми являются связи, при которых отношения по поставкам продукции устанавливаются непосредственно между предприятиями-изготовителями и предприятиями-поставщиками.

Опосредованными считаются связи, когда между этими предприятиями имеется хотя бы один посредник. Поставки продукции потребителю могут осуществляться смешанным путем, т. е. как напрямую, так и через посредников (дистрибьюторы, джобберы, агенты, брокеры).



Дистрибьюторы и джобберы - это фирмы, осуществляющие сбыт на основе оптовых закупок у крупных промышленных предприятий - производителей готовой продукции. Дистрибьюторы, в отличие от джобберов, - относительно крупные фирмы, располагающие собственными складами и устанавливающие длительные контрактные отношения с промышленными предприятиями. Джобберы, напротив, скупают отдельные крупные партии товаров для быстрой перепродажи.

Агенты и брокеры - это фирмы или отдельные предприниматели, осуществляющие сбыт продукции промышленного предприятия на основе комиссионного вознаграждения.

2. По времени действия - длительные и краткосрочные.

Как прямые, так и опосредованные связи могут носить длительный и краткосрочный характер. Длительные хозяйственные связи - прогрессивная форма материально-технического снабжения. В этом случае предприятия имеют возможность развивать на долгосрочной основе сотрудничество по совершенствованию выпускаемой продукции, снижению ее материалоемкости, доведению до мировых стандартов.

3. По формам организации поставок продукции - транзитные и складские.

При транзитной форме снабжения материальные ресурсы перемещаются от поставщика к потребителю прямо, минуя промежуточные базы и склады посреднических организаций. Кроме того, предприятие, получая материал непосредственно от поставщика, ускоряет доставку и сокращает транспортно-заготовительные расходы. Однако использование данной формы ограничено транзитными нормами отпуска, меньше которых поставщик не принимает к исполнению. Транзитную форму целесообразно применять в тех случаях, когда потребителям требуются материальные ресурсы в больших количествах, что дает возможность отгружать их полногрузными вагонами или другими средствами транспорта.

При складской форме материальные ресурсы завозятся на склады и базы посреднических организаций, а затем с них отгружаются непосредственно потребителям.

Основные методы закупок:

- приобретение материалов одной большой партией за один раз (оптовые закупки);
- регулярные закупки материалов (покупатель заказывает необходимое количество, которое поставляется ему мелкими партиями в течение определенного периода);
- ежедневные (ежемесячные) закупки (используется при закупках дешевых и быстро используемых материалов);
- получение материала по мере необходимости;
- единичные закупки.

Ситуации совершения закупок:

- **Повторяющаяся покупка без изменений** (обычная) предполагает повторение ранее принятых решений по организации процесса закупки. Она воспроизводит сложившиеся отношения с ранее избранными поставщиками (изготовителями) Этот вид закупки не требует перемен в организации службы МТС производственного предприятия, изменения структуры, численности и квалификации персонала обеспечения, сложившегося распределения функциональных обязанностей, ответственности и взаимоотношений в процессе МТС.
- **Новая покупка** связана с принципиальными изменениями как в части самого предмета МТС (ресурса), так и в части организации процесса закупки. Содержание этих изменений обуславливается изменениями стратегии и политики предприятия в целом, изменениями в его сбытовой и производственно-технологической деятельности
- **Повторяющаяся покупка с изменениями** является неким промежуточным видом, не связанным с принципиальными переменами, но, тем не менее, предусматривает изменения как в части предмета МТС (ресурса), так и в части организации самого процесса.

Технология проведения бизнес-процесса закупки

Разработка плана закупок – составная часть планирования материально-технического обеспечения производства. Этот план нужен для рациональной закупки материальных ресурсов, чтобы производство получало их по мере необходимости.

Рационально закупить материальные ресурсы - значит приобрести их нужного качества, в нужном количестве, в требуемое время, у надежного поставщика и по приемлемой цене.

Бизнес-процесс закупки состоит из последовательно выполняемых двенадцати этапов.

Этапы процесса проведения закупки

1. Определение потребности в материальных ресурсах и оценка их характеристик.

На данном этапе происходит определение потребности, а также базовых характеристик требуемых материальных ресурсов, возможных от них отклонений, необходимого количества и сроков поставки.

2. Составление и анализ заявок.

Заявки на приобретение материалов подготавливаются соответствующими сотрудниками функциональных подразделений предприятия. Они содержат информацию о том, какие виды и какое количество материалов требуется предприятию, когда они должны быть получены и кто составил заявку.

3. Изучение рынка сырья и материалов.

Целью исследования рынка сырья и материалов является достижение обозримости этого рынка. Развитие новых отраслей экономики, постоянно расширяющаяся номенклатура материальных ресурсов, появление совершенно новых видов сырья с новыми физическими и химическими свойствами - все это делает рынок менее обозримым. В то же время условием успешного материального обеспечения любого предприятия является полная информация о рынке.

Изучение рынка сырья и материалов предполагает:

- выработку четкой стратегии снабжения;
- систематический сбор, обработку, анализ и оценку информации о потенциальных поставщиках, ассортименте материальных ресурсов, новых технологиях изготовления важнейших для потребителя материалов, ценах на сырье, материалы, топливо, полуфабрикаты;
- хранение информации.

Вырабатывая стратегию снабжения, целесообразно сравнить стоимость собственного производства с ценой поставщика и полученные результаты представить в виде таблицы.

Сравнение стоимости собственного производства с закупочной ценой потребляемых ресурсов

№ п/п	Наименование материальных ресурсов	Поставщик	Цена с учетом доставки	Стоимость Собственного производства	Абсолютное отклонение

В целом все информационные источники о рынке материальных ресурсов подразделяются на два вида: **первичные и вторичные** (косвенные).

К **первичным источникам** относятся выступления руководящих лиц компаний, статьи и книги, написанные бизнесменами, корпоративные веб-сайты, патенты, опросы и интервью, регистрационные и прочие документы. Способами получения такой информации являются контакты с поставщиками и посредниками, посещение ярмарок и выставок, поездки на предприятия-поставщики и их осмотр.

Главный источник этой информации - человек. При этом им может быть работник не только представляющий конкурентную организацию, но и собственный - менеджер по продажам, маркетолог, инженер, транспортник, снабженец, т. е. тот человек в компании, кто по работе соприкасается с внешней рыночной средой. Через них можно получить бесценную информацию. Но, конечно, работники компании должны быть соответствующим образом проинструктированы и обучены.

Кроме собственного штата сотрудников, носителями первичной информации могут быть разного рода эксперты, имеющие прямое отношение к данной индустрии. Это исследователи, ученые, консультанты, журналисты и редакторы, руководители профессиональных ассоциаций. Важно поддерживать с ними регулярные контакты, как формальные, так и неформальные. Таким образом, формируется сеть поставщиков первичной информации.

К **вторичным ресурсам** относятся газеты, специализированная пресса, в целом печатные СМИ, электронные источники, опубликованные мнения экспертов, консультантов, научные исследования, обзоры состояния конъюнктуры рынка, биржевые бюллетени, содержащие сведения об изменении цен, журналы (в том числе фирменные, выпускаемые торгово-промышленными палатами), предложения о продажах, содержащиеся в специальных журналах, каталогах, брошюрах, проспектах, отраслевые адресные книги, технические справочники.

4. Формирование списка потенциальных поставщиков, производителей, посредников.

5. Отправка запроса потенциальным поставщикам в соответствии с заявкой на материал.

Данная стадия состоит из следующих этапов:

1. Организация или возобновление переписки с возможными поставщиками при помощи выбранного средства связи (традиционная почта, средства факсимильной связи, электронная почта, личная доставка представителем заказчика).
2. Подготовка и оформление запроса в соответствии с заявкой на материал. Отделом закупок подготавливается запрос поставщику на поставку материала, требуемое количество и сроки поставки которого указаны в соответствующих позициях формы запроса. Подготовленный и оформленный соответствующим образом запрос согласовывается с руководителем отдела закупок, и в случае необходимости в него вносятся корректировки.
3. Отправка запроса на материал. Подготовленный и соответствующим образом оформленный запрос на материал отправляется возможным поставщикам при помощи выбранного средства связи.
4. Регистрация отправки запросов возможным поставщикам. На основании записей об отправке запроса (сделанных при его отправке) и информации из документов, подтверждающих его получение, делаются необходимые записи в регистрационных формах.

6. Получение предложений от возможных поставщиков.

При получении коммерческих предложений от возможных поставщиков производится их регистрация в установленном порядке. Цены и условия поставки возможных поставщиков фиксируются по каждому запросу. Для зарегистрированных предложений может быть составлен сравнительный список цен и условий поставки. На основе сравнительного списка цен и условий поставки для зарегистрированных и согласованных коммерческих предложений от возможных поставщиков, факта наличия или отсутствия в данный момент с ними долгосрочных договорных отношений, а также на основе дополнительной информации о возможном поставщике производится выбор наиболее подходящих.

При возникновении вопросов по полученным от возможных поставщиков коммерческим предложениям проводится согласование по позициям, требующим пояснения или дополнительной информации.

7. Размещение заказов.

На данном этапе производятся следующие операции:

- Подготовка заказа.

При подготовке заказа на материал в его позициях должны быть указаны идентификационный номер заказа, дата отправления заказа, идентификатор заказываемого материала или группы материалов, краткое описание заказываемого материала или группы материалов, выбранные условия поставки. Позиции определяются в соответствии с запросом на материал и выбранным предложением.

- Проверка на наличие долгосрочных договоров с поставщиком.

На данном этапе проверяется наличие договоров на долгосрочное сотрудничество с выбранным поставщиком. В случае отсутствия ранее заключенного договора или окончания срока его действия соответственно совершается процедура заключения или продления.

- Оформление или продление договора с поставщиком.

На данном этапе в случае отсутствия договора с поставщиком или окончанием срока его действия производится процедура его заключения или продления.

- Оформление заказа.

Оформленный заказ согласуется и в случае обнаружения неточностей подготавливается и оформляется заново.

- Отправка заказа выбранному поставщику.

Подготовленный, оформленный и согласованный соответствующим образом заказ отправляется выбранному поставщику с помощью предпочтительного канала связи.

- Регистрация отправки заказа.

При отправке заказа поставщику делается отметка в соответствующей регистрационной книге. Документально заказ оформляется посредством заключения контракта между поставщиком и потребителем материала.

8. Выполнение обязательств по оплате заказа.

На данной стадии выполняются следующие этапы:

- Получение счета или инвойса (при импорте).

В соответствии с отправленным заказом от поставщика должен быть получен счет (инвойс), в котором определены условия выполнения процедуры закупки. В позициях документа должны быть указаны следующие данные:

идентификационный номер счета (инвойса), дата его отправки, идентификатор заказываемого материала или группы материалов, количество материала, условия оплаты согласно договору с указанием платежных реквизитов, идентификатор расчетной валюты.

- Согласование полученного счета (инвойса).

В случае возникновения вопросов по полученному счету (инвойсу) они согласовываются с поставщиком, и при необходимости могут быть изменены позиции заказа и сделан запрос на отправку повторного счета (инвойса).

- Выполнение обязательств по оплате заказа.

На данном этапе производится выполнение обязательств по оплате заказа в соответствии со счетом (инвойсом) и условиями договора.

- Отправление уведомления о выполнении обязательств по оплате. Как только обязательства по оплате выполнены, заказчик с помощью выбранного средства связи информирует об этом поставщика, отправляя уведомление о выполнении обязательств по оплате согласно договору.

- Получение уведомления о сроках готовности к отгрузке. Поставщик при получении уведомления о выполнении заказчиком обязательств по оплате, согласно договору, отправляет уведомление с указанием сроков, в которые он готов произвести отгрузку (поставку материала) в соответствии с условиями поставки по договору при подтверждении выполнения обязательств по оплате со своей стороны.

9. Контроль выполнения условий договора.

На данной стадии производятся следующие этапы:

- Отслеживание местонахождения груза (материала) в процессе доставки.

На данном этапе исполнитель из отдела закупок компании-заказчика контролирует местонахождение и состояние груза (материала) в процессе его доставки вплоть до конечного пункта согласно договору. Контроль начинается производиться после получения заказчиком уведомления, что материал отгружен со склада поставщика. Исполнитель фиксирует все отступления от контрольных дат по договору и все факты нарушения его пунктов и условий.

При этом возможна корректировка графиков поставки материалов и соответствующие уточнения графиков выпуска продукции.

- Регистрация отступления от контрольных дат по условиям поставки согласно договору.

Отступления от контрольных дат, согласно договору, и факты нарушения его пунктов и условий, отмеченные исполнителем из отдела закупок компании-заказчика, соответствующим образом регистрируются, чтобы служить в качестве материала для возможного дальнейшего выставления претензий поставщику.

10. Поступление материала.

На данной стадии производятся следующие процедуры:

- Организация приема груза в установленном месте.

В соответствии с условиями поставки по договору компания-заказчик принимает груз (материал) по мере поступления в установленном договором месте. Производится контроль фактически полученного груза.

- Сопоставление характеристик полученного материала с заявленными поставщиком.

После получения материала специалистами функционального отдела компании-заказчика проводится проверка соответствия характеристик, качества и комплектности полученного материала с заявленными поставщиком и регистрируются обнаруженные отклонения.

- Выставление претензий по факту отступления от условий договора. В случае невыполнения поставщиком отдельных условий и пунктов договора или отклонений от них, повлекших убытки или иной урон заказчика, согласно договору осуществляется процедура выставления претензии в соответствии с зарегистрированным невыполнением условий договора или отклонениями от них.

11. Оприходование материала.

После приемки груза заказчиком производится процедура оприходования материала. На данном этапе груз размещается на складах заказчика, в специально заведенную карточку материала заносятся следующие данные: идентификатор материала, дата поставки и идентификационный номер договора, по которому была произведена закупка, количество, краткое описание материала, цели закупки (внутреннее или внешнее потребление).

12. Контроль счетов.

На данном этапе производится проверка правильности движения финансовых потоков в процессе выполнения договора (исполнение налоговых обязательств, исчисление таможенных пошлин и иных затрат, произведенных в рамках этого бизнес-процесса).

Оценка и выбор поставщиков

Выбор поставщиков - задача сложная и ответственная, поскольку от них во многом зависит ритмичность производства, а в конечном счете - рентабельность и репутация фирмы перед ее клиентами. Проблема выбора является наиболее острой для новых фирм или фирм, меняющих номенклатуру продукции, сферу деятельности либо стратегию. Чем новее задача, стоящая перед закупкой, и чем сложнее и дороже товар, тем больше времени занимает поиск квалифицированных поставщиков.

Группы факторов, характеризующих поставщика.

1. Характеристики материально-технических ресурсов отражают потребительские свойства и ценовые параметры ресурсов, а также организационные условия их поставки.

Потребительские свойства материальных ресурсов характеризуют такие показатели, как: уровень качества; степень применяемости; степень развитости; степень конструктивности и технологичности; степень надежности; эргономичность; экологичность и др.

В составе ценовых характеристик ресурсов учитываются: цена; издержки доставки, установки, обслуживания; ценовые скидки; условия (формы и сроки) платежа; условия кредита; льготы и привилегии и др.

Организационные факторы характеризуют условия поставки ресурсов: содержание и уровень пред- и послепродажного обслуживания; объемы, комплектность, сроки, ритмичность, надежность поставок и др.

2. Особенности хозяйственных связей и деловых отношений характеризуют экономические и организационно-правовые взаимоотношения производственного предприятия и поставщика в процессе приобретения предприятием материально-технических ресурсов.

3. Параметры поставщика описываются множеством характеристик, отражающих его возможности и составляющих его интегральный (конкурентный) потенциал.

Но в основном критериями отбора претендентов выступают показатели цены, регулярности поставок и их качества. Использование в качестве независимого критерия цены поставки не рекомендуется, поскольку низкая цена - это, как правило, низкое качество.

Параметры поставщика:

1. Качество продукции. Фирма-покупатель может анализировать качество при помощи спецификаций, когда все поступившие материалы будут отслежены по требованиям спецификации. Проверка качества может определить соответствие или несоответствие материалов спецификации, процентное соотношение качества производства. Если поставщик не обеспечивает качества материала, то возможно снижение цены, когда количество некондиционной продукции перекрывает количество продукции, соответствующей стандартам качества.

Стабильность качества - та характеристика, которая в меньшей степени присуща отечественным поставщикам.

2. Регулярность поставок. Производственный процесс во всем мире построен на соблюдении определенных временных рамок. Оптимальной организации производства характерно наличие на складе небольшого количества расходных материалов или практически полного их отсутствия, т. е. текущее складирование. Поставщики поддерживают складские запасы для производственного процесса фирмы.

Поставщики должны привести свой процесс в соответствие с таковым фирмы-покупателя, а также координировать отправки, основываясь на требованиях производства фирмы-покупателя. Подобная организация может подразумевать еженедельные, ежедневные или даже поставки по нескольку раз в день. Таким образом, просто необходимо избегать дополнительных потерь, как поставщиком, так и фирмой-получателем, поскольку любые задержки поставок могут замедлить, или остановить производственный процесс получателя. Если склада для поступающих МТР не существует, то программа поставок должна полностью соответствовать требованиям фирмы-заказчика. Но данная ситуация является идеальной и, как следствие, труднодостижимой.

3. Цена. Обычно фирма располагает определенным бюджетом для осуществления закупок у поставщиков. Исторически сложилось, что фирма выбирает наиболее дешевых поставщиков. Тем не менее, цена является лишь одним из трех ключевых факторов, наряду с качеством и доставкой.

Если акцент при выборе поставщика падает на наиболее низкую цену, то такой подход носит название *ценового закупочного варианта*, или *Price Purchasing Variant (PPV)*. Когда бюджет фирмы на материалы установлен, то каждая закупка производится в соответствии с данными по планируемыми и стандартным ценам.

Рассматриваются возможные варианты, после чего ситуация анализируется. Если PPV больше, чем размеры бюджета, и цена закладывается в стоимость производства, то это снижает значения прибыли. Если PPV меньше размеров бюджета, то в результате прибыль возрастает.

Процедура выбора поставщиков, при их большом количестве, складывается в два этапа.

На первом этапе производится предварительный отбор поставщиков.

Критерии предварительного выбора поставщика

Критерий выбора	Поставщик				
	1	2	3	...	п
Производственная мощность					
Удаленность поставщика					
Форма расчетов					
Качество продукции (по спецификации)					
Цена единицы продукции					
Возможность переналадки оборудования					
Комплектность поставки					
Упаковка					
Размер партии					

На втором этапе используется более расширенный перечень критериев выбора поставщиков

Критерии окончательного выбора поставщика

Критерий выбора	Поставщик			
	2	4	7	9
Финансовые условия				
Время поставки				
Периодичность поставки				
Наличие -сервисного обслуживания после поставки				
Коммуникационные условия				
Складские условия поставщика				
Другое критерии				
Итоговый рейтинг				

Критерии выбора поставщиков могут быть дополнены и другими специфическими для конкретного потребителя критериями.

Условия поставки материальных ресурсов

Для закрепления хозяйственных связей применяются договоры поставки и договоры купли-продажи.

Купля-продажа отличается от поставки тем, что, во-первых, товары сдаются покупателю тотчас же по заключении договора, а в случае поставки - через определенный срок. Во-вторых, тем, что предметом купли-продажи является определенный товар, существующий и принадлежащий предприятию-продавцу в момент заключения договора, предметом же поставки может быть товар, определяемый в момент заключения договора только количеством и качеством, либо вообще еще не изготовленный.

Договор поставки определяется как договор, в соответствии с которым поставщик-продавец, осуществляющий коммерческую деятельность, обязуется передать в обусловленный срок производимые или закупленные им товары покупателю для использования в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным и иным подобным использованием.

Функции договора:

- Закрепляет юридически отношения между партнерами;
- Устанавливает порядок и способы выполнения обязательств;
- Предусматривает способы защиты обеспечения обязательств.

Аспекты хозяйственных отношений, не отраженные в договоре, регламентируются основами гражданского законодательства и Гражданским кодексом Российской Федерации.

Основные элементы договора:

1. Предложение и принятие предложения. Контракт составляется в случае, если одна сторона предлагает какую-то партию товаров по назначенной цене, а другая сторона принимает это предложение.

2. Финансовые условия. Контракт должен иметь стоимость, т. е. он становится контрактом в юридическом смысле только тогда, когда в нем оговорены финансовые условия.

3. Право заключать контракты. Такое право имеют только определенные должностные лица (директор, генеральный директор), уполномоченные предприятием и действующие от его имени.

4. Законность. Контракт обязан быть законным, т. е. всецело отвечать юридическим нормам страны.

Структура контракта предусматривает определение предмета контракта, указание качества и количества товара, сумму контракта, порядок поставки и приемки товара, ответственности сторон, порядок разрешения споров.

Условия поставки

1. Основные обязанности поставщика и покупателя.

К основным обязанностям поставщика относятся: поставка продукции на условиях договора; своевременное информирование покупателя о готовности материальных ресурсов к отгрузке; обеспечение проверки качества поставляемой продукции; упаковка за свой счет продукции (исключением являются случаи, когда принято поставлять товар без упаковки); несение коммерческого риска и расходов по транспортировке до места передачи продукции покупателю.

Основные обязанности покупателя: принять продукцию в месте и в срок, указанные в договоре; уплатить цену товара, предусмотренную договором; нести все расходы и риски, которым может подвергнуться продукция после передачи на нее права собственности покупателю.

2. Момент перехода права собственности от продавца к покупателю.

3. Цена поставляемой продукции.

Цена материальных ресурсов определяется соглашением партнеров и указывается либо в договоре, либо в спецификации; возможно согласование цены в протоколе, который является частью договора. При установлении цены учитываются особенности поставки. Если предполагается поставка материальных ресурсов на склад покупателя, то в цену договора должны быть включены транспортные расходы и расходы на страхование груза. Когда предусматривается поставка продукции со склада продавца, цена договора учитывает только ее стоимость.

Цена в договоре может быть твердой (фиксированной) и скользящей, т. е. с последующей фиксацией. При указанной твердой цене в договоре определяется конкретная цифра, которая не подлежит изменениям при оплате покупателем. Общеизвестно, что фиксированная цена в условиях инфляции выгодна только покупателю. Как правило, поставщик, чтобы обезопасить себя от убытков, требует заключить договор на условиях 100 % предоплаты.

Если в момент заключения договора трудно определить конкретную цену, то стороны могут предусмотреть фиксацию исходной цены, которая в течение исполнения договора может изменяться по согласованному партнерами методу. Такая цена называется скользящей, т. е. эта цена является, по существу, рыночной в момент исполнения договора. Скользящая цена с последующей фиксацией в договоре не отражается. В этом случае в разделе «Особые условия договора» указываются точные способы определения скользящей цены.

4. Упаковка и маркировка.

Когда при поставке продукции необходимы упаковка и маркировка, в договоре должен быть предусмотрен специальный раздел, в котором оговариваются вид и характер упаковки, ее качество, размеры и способ оплаты, а также нанесение на упаковку маркировки.

К упаковке предъявляются общие и специальные требования. В соответствии с общими требованиями упаковка должна обеспечивать сохранность груза при выбранном способе транспортировки. В договоре предусматривается ответственность поставщика за поставку продукции в упаковке, не соответствующей условиям поставки. При получении материальных ресурсов в поврежденной упаковке покупатель составляет коммерческий акт, по которому поставщик должен возместить покупателю убытки. В ряде случаев повреждение упаковки равноценно нарушению качества товара.

Способы оплаты упаковки устанавливаются в договоре: стоимость упаковки может быть либо включена в цену продукции, либо установлена отдельно.

Обязанностью поставщика является маркировка продукции. В коммерческой деятельности маркировка продукции должна:

- быть источником товаросопроводительной информации (реквизиты покупателя, номер договора, номер места, число мест в партии и др.);
- указывать транспортным организациям, как обращаться с грузом;
- предупреждать об опасностях, содержащихся в специфике перевозимого груза в случае неправильного с ним обращения.

Содержание маркировки согласуется с партнерами и указывается в договоре.

5. Погрузка на транспортные средства и доставка до перевозчика.

6. Страхование перевозки.

Обязанности контрагентов при погрузке, разгрузке, транспортировке и по страхованию товаров во время транспортировки, а также распределение рисков между поставщиком и покупателем предусмотрены в международных торговых правилах «Инкотермс» (Международные правила по интерпретации коммерческих терминов). Эти правила могут стать составной частью договора только при согласии обоих партнеров коммерческих взаимоотношений.

Наиболее распространенными условиями поставки в «Инкотермс» являются СИФ, ФОБ, КАФ, ФАС. Эти условные обозначения возникли при перевозках на морском транспорте, однако в настоящее время они используются и при перевозках другими видами транспорта.

СИФ (CIF - первые буквы английских слов cost, insurance, freight - стоимость, страхование, фрахт). Условия поставки СИФ предполагают, что продавец передает покупателю товар, осуществляет за свой счет его транспортировку до согласованного сторонами пункта назначения, страхует товар на период его транспортировки. При этом продавец обязан зафрахтовать транспортное средство для доставки товара до пункта назначения. Продавец (поставщик) страхует товар на время его транспортировки в пользу покупателя, т. е. страховой полис выписывается на имя покупателя. Кроме того, продавец обязан доставить товар в место отправления и загрузить на борт зафрахтованного транспортного средства, информировать покупателя о времени окончания загрузки и ориентировочной дате прибытия товара в согласованный пункт назначения, направить в адрес покупателя пакет товаросопроводительных документов. Покупатель должен своевременно разгрузить транспортное средство в пункте назначения, обратиться от своего имени в страховую компанию за возмещением ущерба, причиненного товару в период транспортировки (если он имел место).

ФОБ (FOB - «free on board», - свободен на борту) - условия поставки, обратные СИФ. Здесь обязанности и расходы по транспортировке и страхованию товара возлагаются на покупателя, который сам фрахтует транспортное средство и сообщает продавцу его вид и наименование, а также дату его прибытия в порт погрузки. Эта информация необходима продавцу (поставщику), так как он отвечает за погрузку товара на транспорт, зафрахтованный покупателем. При условиях поставки ФОБ продавец обязан за 35 дней до начала отгрузки товара известить покупателя о готовности товара к отгрузке в порт.

КАФ (CAF - «cost and freight» - стоимость и фрахт) - условия, включающие то же самое, что и СИФ, однако без страхования товара на период транспортировки, обязанности и расходы по которому возлагаются на покупателя.

По условиям поставки ФАС (FAS - «free alongside ship» - свободен вдоль борта судна) - обязанности продавца сводятся к тому, что он доставляет товар в согласованный сторонами пункт погрузки и выгружает его вдоль борта транспортного средства и вдоль предполагаемого места его стоянки. Ответственность с продавца переходит на покупателя в момент выкладки последней партии груза в согласованном месте.

7. Выгрузка и приемка продукции.

В договоре должна быть предусмотрена также приемка продукции по количеству и качеству, как предварительная, так и окончательная.

Предварительная приемка имеет целью установить соответствие товара условиям договора. Окончательная приемка означает фактическое выполнение договора по количеству и качеству.

8. Урегулирование споров.

Урегулирование споров при поставке товаров может быть осуществлено двумя способами: судебным или арбитражным. Способы урегулирования споров должны быть отражены в договоре.