

**Веркуш Д.М.**

## **ПЕРЕВАГИ СИСТЕМИ ЗАКУПОК ТОВАРІВ ПО ПРИНЦИПУ «IN-OUT»**

На сьогоднішній день основним каналом збуту для товарів категорії FMCG є торговельні мережі. Їх кількість росте з кожним днем і жодні кризові явища не можуть змінити дану тенденцію. Тому, так чи інакше, виробники харчових продуктів вимушені в своїй стратегії розвитку враховувати і закладати співпрацю з торговельними мережами.

На сьогоднішній день до особливостей роботи виробника з торговельними мережами слід віднести:

- велике відтермінування (21-120 днів);
- необхідність постійного проведення маркетингових заходів, що фіксується в договорі;
- оплата «лістингу» (кожна SKU оплачується окремо);
- великий відсоток знижок від ціни по прайсу, яка є обов'язковою для співпраці (до 25%);
- дуже жорсткі умови, щодо можливості зміни ціни.

Але не дивлячись на складнощі в роботі з мережами, асортиментні матриці усіх торговельних мереж заповнені і новому постачальнику досить трудно туди проникнути. Відповідно асортимент товарів в мережі змінюється повільно і покупець немає змоги купити нові товари [1].

Сучасна система закупок по принципу «IN-OUT» передбачає, що торговельна мережа не заводить товар у постійну матрицю, а бере певну партію товару, продає її і виводить з матриці. При цьому, формуються наступні переваги для торговельної мережі:

- постійне оновлення матриці в мережі за рахунок нових товарів;
- отримання мінімальної ціни на партію товару;
- якісна робота з сезонними товарами;
- за результатами, отримати аналітику, щодо продаж товару і якщо він добре продається залишити його в матриці.

Певні переваги також існують і для постачальників :

- постачальник узгоджує певну партію товару і може прогнозувати обсяги виробництва;
- не треба оплачувати «лістинг»;
- на партію товару зразу узгоджується ціна, без додаткових скидок і бонусів;
- на партію товару зразу узгоджується відтермінування оплати, що дає змогу розрахувати необхідність обігових коштів;
- за результатами продаж необхідно отримати аналітику, щодо продажу товару і подальшої співпраці.

Нажаль, на сьогодні в Україні співпраця торгівельних мереж і постачальників при системі закупок по принципу «IN-OUT» не є розповсюдженою, але світова практика свідчить про те, що дана система закупок є найбільш перспективною.

Література:

1. Рынок интернет-маркетинга в Украине в 2020 году [Електронний ресурс] / SECL group: [веб сайт]. – Режим доступа: [https://secl.com.ua/article\\_rinok\\_internet\\_marketinga\\_v\\_ukraine.html](https://secl.com.ua/article_rinok_internet_marketinga_v_ukraine.html). – станом на 13.10.2022. – Назва з екрана.

---

Робота виконана під керівництвом доц. кафедри МтаТП Андрющенко О. Б.