

MNPAL ietekme uz sadarbības procesiem starp tirgotājiem un to piegādātājiem

Galvenie procesi, kurus ietekmēs MNPAL darbība:

- Iepirkumu līgumu noslēgšanas un administrēšanas procesu;
- Preču sortimenta veidošanu;
- Pārdošanu un tās veicināšanu.

Iepirkumu līgumu noslēgšanas un administrēšanas process

**Esošo līgumu
pārslēgšana
atbilstoši
MNLPAL
prasībām**



Procesa apjoms:
> 350 līgumi / > 600
vienošanas



Iespējamās izmaiņas:

Sadarbības līgumu (partneru) skaita
samazināšanas uz ~30%

Iemesli:

- a) termiņš + apjoms;
- b) prioritāte līgumiem ar lielāku darījumu
apjomu, jo 80% no iepirkuma apjoma = 20%
līgumu skaitam;
- c) Sadarbības turpināšanas lietderīguma
izvērtēšana ņemot vērā ekonomiskus radītājus

**Sadarbības
līgumu
slēgšana ar
jauniem
partneriem**



Detalizēta tirgus
situācijas, jauna
partnera piedāvājuma
un potenciāla darījuma
apjoma analīze



Līgums tiks noslēgts pēc darījuma
lietderīguma izvērtēšanas, kas, savukārt,
prasīs laiku, lielāku mazumtirgotāja
kompetenci un resursus, ka arī
potenciālā partnera pamatotu
argumentāciju.

Preču sortimenta veidošana

MNAPL Ietekmējošie faktori

**Preču atgriešanas, ka arī
nocenošanas, norakstīšanas
kompensēšanas aizliegums**

**Termiņa ierobežojumi,
specifikācijas t.sk.
sortimenta izmaiņām**

Mazumtirgotāja
riski:

Iespējamie
zaudējumi dēļ
nepieprasīto
preču laicīgas
neizpārdošanas.

Var sasniegt vidēji
līdz 2%, dažiem
zīmoliem līdz 10%
apjomu no
apgrozījuma

Iespējamā ietekme uz
procesu:

- Sortimenta optimizācija
zaudējumu risku mazināšanai;
- OOS veikalu plauktos;
- Preču izlikuma apjoma
ierobežojumi;
- Nišas un imidža sortimenta
samazināšanās;
- Partneru sortimenta
piedāvājuma lietderības
detalizēta izvērtēšana no
tirgotāju puses.

Preču pārdošanas veicināšana

**Akcijas- skaits,
struktūra,
kvantitatīvā un
kvalitatīvā griezumā**



- iespējama tirgotāja aktivitāšu skaita optimizēšana;
- Detalizēta akciju piedāvājumu atdeves izvērtēšana pirms apstiprināšanas;
- Ilgtermiņa aktivitāšu plānošana;
- iespējamais elastīguma trūkums lēmuma pieņemšanas procesā.

**ATLM un BTLM
atbalsts**



Sadarbības modeļu izmaiņas, iespējamie varianti: a) mārketinga pakalpojumu sniegšanas modelis; b) mazumtirgotāju aktivitātes pēc «net net» cenu principa.