



АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «Пасифик интермодал контейнер»

Юридический адрес: 692770, Приморский край, г. Артем, ул. Гагарина, 23А

Тел.: (423) 227-49-55, (423) 279-06-68

ИНН 2536138036 КПП 250201001 ОГРН 1032501339749

УТВЕРЖДЕНО

Приказом генерального директора
АО «Пасифик интермодал контейнер»
№ 158/1 от «10» сентября 2026 г.

ПОЛОЖЕНИЕ

О сбытовой политике

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Сбытовая политика (далее - Политика) является локальным нормативным актом АО «Пасифик интермодал контейнер» (далее - Общество), определяющим принципы его коммерческой деятельности.

1.2. Политика принята в целях:

- соблюдения законодательства Российской Федерации;
- обеспечения равного доступа потребителей к услугам Общества;
- формирование единых подходов к коммерческой деятельности и прозрачности формирования коммерческих условий;
- повышение эффективности использования и развития грузовой базы;
- обеспечения финансовой устойчивости и конкурентоспособности Общества.

1.3. Общество обеспечивает открытость Политики путем ее размещения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

2. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ

Коммерческая деятельность Общества строится на следующих принципах:

- законность - все решения принимаются в соответствии с законодательством Российской Федерации;
- экономическая обоснованность - коммерческие решения имеют объективное экономическое обоснование;
- недискриминационный доступ - равный доступ к услугам при наличии технологической возможности;
- коммерческая нейтральность - не допускается предоставление необоснованных преимуществ отдельным потребителям;
- коммерческая гибкость - индивидуальные коммерческие условия применяются в случаях, предусмотренных Политикой;
- конкурентоспособность - учитываются состояния рынка и конкурентная среда;
- эффективность использования инфраструктуры - обеспечение эффективной загрузки производственных мощностей;
- добросовестность и открытость взаимодействия с потребителями услуг.

3. ПОРЯДОК ФОРМИРОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКИХ УСЛОВИЙ

3.1. Под публичными тарифами Общества понимаются тарифы и связанные с ними условия оказания услуг, устанавливаемые Обществом в одностороннем порядке, применяемые в отношении неограниченного круга потребителей на равных условиях и размещаемые в открытом доступе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Коммерческие условия формируются на основе публичных тарифов Общества.

3.2. Скидки, дополнительные сервисы и маркетинговые программы применяются в случаях, когда использование публичных тарифов не обеспечивает достижения экономически обоснованных целей Общества. Такие условия допускаются при наличии экономического, технологического, рыночного или иного объективного обоснования, в том числе с учетом различий в объеме, регулярности и параметрах грузопотока, составе услуг, технологии обработки, условиях оплаты, затратах и рисках Общества, загрузке мощностей и конкурентной ситуации.

3.3. При установлении скидок и оценке сопоставимости потребителей учитываются объективные критерии: объем, регулярность и гарантированность грузопотока; комплексность и срок действия договорных обязательств; состав и технология оказываемых услуг; размер затрат Общества; условия оплаты, обеспечение обязательств и кредитный риск; подтвержденная история исполнения обязательств потребителем; загрузка производственных мощностей и технологические особенности обработки; сезонность; создание нового грузопотока или направления перевозок; инвестиции и встречные обязательства потребителя; состояние конкурентной среды и рыночная конъюнктура; иные документально подтвержденные объективные обстоятельства, непосредственно влияющие на затраты, риски, технологию или экономический результат Общества.

3.4. Каждое решение об установлении скидок подлежит экономическому обоснованию, включающему описание клиента (проекта) и действующих условий, предлагаемые условия и объективные основания их применения, анализ рынка и конкурентной среды, оценку экономического эффекта и рисков. Решение принимается уполномоченным должностным лицом либо коллегиальным органом в пределах установленной компетенции и подлежит хранению в порядке, установленном внутренними документами Общества.

3.5. Решения в отношении потребителей, находящихся в сопоставимых условиях, принимаются по единым критериям. Коммерческие условия не используются в целях ограничения конкуренции или создания необоснованных преимуществ отдельным потребителям.

4. МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРОГРАММЫ

4.1. Общество вправе реализовывать маркетинговые программы (развитие новых направлений и привлечение грузопотоков, поддержка долгосрочного сотрудничества, антикризисные и иные программы), направленные на сохранение и развитие грузовой базы и повышение конкурентоспособности Общества. Программы допускаются при наличии объективного экономического обоснования и применяются по единым критериям, предусмотренным разделом 3 настоящей Политики.

5. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ И ПОРЯДОК ЗАКЛЮЧЕНИЯ ДОГОВОРОВ

5.1. Обращения потребителей рассматриваются в порядке их поступления в сроки, установленные внутренними документами Общества, договором либо законодательством Российской Федерации, с проверкой технологической возможности оказания услуг (наличие свободной производственной мощности, пропускной способности терминала и инфраструктуры). При распределении ограниченной производственной мощности

учитываются технологическая совместимость заявки, ранее принятые обязательства Общества, наличие необходимых ресурсов и подтвержденная готовность груза к обработке.

5.2. Потребитель, заинтересованный в установлении скидок, вправе направить Обществу мотивированное обращение с указанием объема, регулярности и иных параметров грузопотока и предлагаемых условий. Обращение рассматривается в порядке, предусмотренном разделом 3 настоящей Политики.

5.3. Коммерческое предложение формируется с учетом раздела 3 настоящей Политики.

5.4. Отказ в оказании услуг допускается при отсутствии технологической или производственной возможности, непредставлении необходимых документов, наличии просроченной задолженности или неприемлемого кредитного риска, нарушении потребителем обязательных требований либо по иным экономически, технологически или юридически обоснованным причинам, и не может быть обусловлен принадлежностью потребителя к определенной организации, группе компаний либо иными субъективными обстоятельствами. Отказ в применении скидок не является отказом в оказании услуг по действующим публичным либо иным применимым тарифам.

5.5. При заключении, изменении и прекращении договоров Общество обеспечивает единый подход к потребителям, находящимся в сопоставимых условиях; изменения коммерческих условий оформляются в письменной форме и подлежат хранению.

6. ПОРЯДОК РАСЧЕТОВ И ФИНАНСОВЫХ УСЛОВИЙ

6.1. Финансовые условия формируются на основе публичных тарифов Общества (авансовая оплата, оплата по факту оказания услуг, периодические расчеты) либо, в порядке раздела 3 настоящей Политики. Потребителям, находящимся в сопоставимых условиях, обеспечивается единый подход к формированию финансовых условий.

7. КОНТРОЛЬ СОБЛЮДЕНИЯ ПОЛИТИКИ И ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

7.1. Внутренний контроль обеспечивает единообразное применение Политики, предотвращение необоснованной дискриминации потребителей и подтверждение экономической обоснованности предоставляемых скидок. Решения об установлении скидок фиксируются во внутреннем реестре, порядок ведения которого устанавливается отдельным локальным нормативным актом Общества.

7.2. Политика утверждается приказом Генерального директора Общества и вводится в действие с даты, указанной в приказе. Политика подлежит пересмотру при изменении законодательства Российской Федерации либо существенном изменении рыночной конъюнктуры; изменения утверждаются в порядке, установленном для утверждения настоящей Политики. Во всем, что не урегулировано Политикой, Общество руководствуется законодательством Российской Федерации.