

Приложение 1

к Решению единственного акционера

АО «Невиномысский Азот» от 25.09.2023

**ТОРГОВО-СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА
акционерного общества «Невинномысский Азот»
в отношении реализации уксусной кислоты
на территории Российской Федерации**

Торгово-сбытовая политика акционерного общества «Невинномысский Азот» в отношении реализации уксусной кислоты на территории Российской Федерации (далее – Торговая политика, Общество, Товар соответственно) определяет:

- 1) область применения Торговой политики;
- 2) принципы реализации Товара;
- 3) особенности реализации Товара;
- 4) основные правила ценообразования;
- 5) особенности взаимодействия с покупателями (контрагентами), имеющими намерение заключить договор поставки;
- б) особенности введения в действие и изменения Торговой политики.

1. Область применения Торговой политики

1.1. Целью торговой политики является обеспечение прозрачности сбытовой деятельности Общества по реализации Товара на территории Российской Федерации путем установления недискриминационных и прозрачных условий его реализации.

1.2. Торговая политика определяет принципы и порядок реализации Товара для покупателей (контрагентов), местом нахождения которых является Российская Федерация, порядок заключения договоров (контрактов) на поставку Товара, содержит сведения о порядке ценообразования на Товар. Торговая политика не применяется для поставок Товара на экспорт.

1.3. Целью является выработка Обществом порядка формирования ежемесячных цен, способствующего достижению максимальной эффективности продаж, установления прозрачного, единообразного, недискриминационного подхода в соответствии с законодательством Российской Федерации при определении цен на Товар.

1.4. Задачами Торговой политики являются:

- определение прозрачных механизмов ценообразования на Товар;
- определение порядка формирования рыночных цен на Товар в соответствии с требованиями антимонопольного законодательства Российской Федерации;
- недопущение установления/изменения цен на Товар, не обоснованного

объективными факторами;

– определение единых принципов ценообразования для всех контрагентов/потребителей;

– ориентированность на достижение наиболее полного удовлетворения заявок покупателей, потребляющих Товар, с учетом положений Торговой политики.

1.5. Торговая политика обязательна для исполнения работниками Общества, вовлеченными в установление взаимодействия с существующими и потенциальными покупателями Товара.

1.6. Решения в сфере ценообразования принимаются Обществом с соблюдением законодательства Российской Федерации, в частности, норм Федерального закона от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

2. Принципы реализации Товара

Основные принципы реализации Товара:

– преимущественное удовлетворение потребностей внутреннего рынка Российской Федерации;

– равнодоступные и равные (недискриминационные) условия сделок для всех контрагентов в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации;

– единый для всех контрагентов порядок ценообразования на товар;

– публичность и доступность информации о порядке ценообразования;

– недопустимость экономически и (или) технологически необоснованных отказов от заключения договоров с покупателями;

– недопустимость навязывания контрагентам условий договоров поставки на территории Российской Федерации, невыгодных для них или не относящихся к предмету указанных договоров;

– недопустимость установления/изменения цен, не обоснованного объективными экономическими факторами;

– обеспечение возможности экономически-эффективной и обоснованной доставки товара до потребителя с учетом оптимизации логистических алгоритмов

и процедур с целью сокращения расходов.

3. Порядок заключения договоров поставки с покупателями (контрагентами)

3.1. Любое юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, заинтересованные в приобретении Товара, могут стать контрагентами Общества.

3.2. Договоры поставки Товара заключаются с контрагентами, соответствующими следующим требованиям:

– правоспособность, то есть способность в соответствии с законодательством Российской Федерации своими действиями приобретать права и нести обязанности по заключению и исполнению договоров;

– наличие всех установленных законодательством разрешительных документов, необходимых для заключения и исполнения договора.

Список документов, необходимый для заключения договора, в том числе:

(документы для юридического лица):

– копия устава в действующей редакции со всеми изменениями (при наличии таковых) с отметкой о регистрации в налоговом органе. Допускается предоставление контрагентом выписки из устава или страниц устава, содержащих информацию о местонахождении, учредителях, порядке избрания и полномочиях единоличного исполнительного органа контрагента (далее – руководитель);

– копия доверенности на право подписания договора в случае, если договор подписывается не руководителем юридического лица.

(документы для индивидуального предпринимателя):

– выписка из ЕГРИП (либо ее копия), выданная налоговым органом не позднее чем за 90 дней до даты предоставления в Общества;

– копия паспорта (заполненных страниц);

– копия доверенности на право подписания договора в случае, если документы подписываются представителем.

3.3. Общество вправе осуществлять проверку предоставленных контрагентами документов любыми способами, не противоречащими действующему законодательству Российской Федерации.

3.4. Проверка документов проводится структурными подразделениями Общества в соответствии с их компетенцией, установленной локальными правовыми актами.

3.5. В случае наличия в документах, предоставленных контрагентом, противоречивых сведений, Общество вправе направить указанному лицу запрос о предоставлении уточняющей информации.

3.6. По результатам проверки контрагента Общество принимает одно из следующих решений:

- о заключении договора с контрагентом;
- о мотивированном отказе от заключения договора с покупателем (контрагентом).

При рассмотрении ofert на поставку Товара Общество руководствуется требованиями статьи 445 Гражданского кодекса Российской Федерации. При наличии возражений по каким-либо условиям оферты, они будут перечислены в протоколе разногласий с указанием предполагаемой редакции спорного вопроса.

При направлении решения об отказе от заключения договора с контрагентом, такое решение должно содержать указание на экономические или технологические основания отказа.

Мотивированным отказом от заключения договора с контрагентом является отказ по следующим основаниям:

-отсутствие экономической или технологической возможности поставки Товара;

-в случаях, прямо предусмотренных федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации, нормативными правовыми актами уполномоченных федеральных органов исполнительной власти или судебными актами.

3.7. О принятом решении контрагент уведомляется в течение 30 дней с момента поступления заявки и полного пакета документов одним из следующих способов: посредством электронной, телефонной, факсимильной или почтовой связи, с подтверждением получения контрагентом принятого решения.

3.8. Договоры поставки с покупателями (контрагентами) являются рамочными, заключаются на срок 12 месяцев с даты подписания Договора и предусматривают необходимость подписания дополнительных соглашений с указанием месячного объема поставки, цены и стоимости Товара. Договоры поставки могут быть пролонгированы по согласованию сторон. Дополнительные соглашения на поставку заключаются по результатам согласования ежемесячных объемов поставки Товара.

4. Особенности реализации Товара

4.1. Минимальная партия отгрузки:

– при поставке железнодорожным транспортом минимальная партия составляет 2 танк-контейнера (1 платформа, 52 тонны);

– при поставке автомобильным транспортом минимальная партия составляет 1 (одна) автоцистерна (20 тонн).

4.2. Организация и планирование оптовых поставок Товара осуществляется Обществом ежемесячно на основе поступивших за 12 рабочих дней до конца месяца, предшествующего месяцу поставки Товара, заявок от контрагентов по форме, согласно приложению к настоящей Торговой политике, с указанием Товара, количества, полных отгрузочных реквизитов, цели (назначения) и примерного графика отгрузки Товара на следующий месяц. Кроме того, в заявке контрагент предоставляет прогнозную потребность в Товаре дополнительно на 2 последующих месяца после месяца поставки.

4.3. При определении расчетных объемов контрагентов Общество руководствуется принципами, указанными в разделе 2 настоящей Торговой политики для обеспечения равного доступа покупателей к Товару.

4.3.1. В случае если количество Товара, которое планируют приобрести контрагенты по договорам, превышает количество Товара, планируемого

к производству и реализации Обществом в соответствующий календарный месяц, то Общество определяет расчетные объемы контрагентов пропорционально поступившим заявкам на заключение договора поставки с учетом месячного объема поставок каждого контрагента в прошедшие до момента распределения 12 месяцев. В случае появления нового потребителя для вновь открытого производства Покупателю необходимо предоставить технико-экономическое обоснование и документарное подтверждение потребности заявленного объема.

Устанавливается следующая очередность удовлетворения потребностей контрагентов в порядке убывания приоритетности: предприятия, производящие продукцию для выполнения государственного оборонного заказа; предприятия пищевой промышленности с целью обеспечения продовольственной безопасности; прочие потребители.

В случае если один и тот же контрагент подпадает под критерии двух или более очередностей, предусмотренных абзацем 2 настоящего пункта, то такой контрагент направляет отдельные заявки по каждой из заявленных целей использования товара.

4.3.2. Если контрагент направляет заявку на поставку меньшего объема, чем расчетный объем поставки, то Общество поставляет контрагенту объем согласно заявке. Если объем, заявленный контрагентом, больше расчетного объема поставки, то контрагенту выделяется объем, не превышающий расчетный объем поставки.

4.4. По итогам рассмотрения заявок контрагентов Общество за 3 рабочих дня до конца месяца, предшествующего месяцу поставки Товара, направляет контрагенту подтверждение о возможности поставки определенного объема Товара.

5. Основные правила ценообразования

5.1. Формирование и установление цен на Товар осуществляется на основе единой ценовой политики, нормативных правовых актов Российской Федерации, ценовых факторов, принципов и методов ценообразования, исходя из конъюнктуры рынка, сложившегося спроса и предложения, качества и потребительских свойств товара, мирового и регионального баланса спроса и предложения на Товар, наличия альтернатив по приобретению контрагентами

Товара на иных рынках, в том числе за рубежом, текущих и прогнозных остановок производства Товара, колебаний курсов иностранных валют, на базе допустимых надбавок, наценок и скидок, размера налогов и сборов, изучения цен и качества товара конкурентов, иных оснований, обусловленных изменениями рыночной конъюнктуры.

5.2. Общий принцип формирования цен реализации Товара основан на установлении Обществом цены на продукт на каждый месяц, закрепляемой в прайс-листе, и применения системы скидок, в том числе в зависимости от объема ежемесячной закупки или наценок в зависимости от способа перевозки. Прайс-лист с ценой на следующий месяц формируется Обществом не позднее 30 числа предыдущего месяца (в феврале – не позднее 27 февраля).

5.3. Цена на Товар, как на многотоннажный продукт, формируется в расчете на одну тонну, как основную единицу измерения, с учетом минимальной партии отгрузки, определенной в пункте 4.1 настоящей Торговой политики.

5.4. Цена на Товар на месяц поставки определяется на основе импортного паритета, рассчитываемого по следующей формуле:

Цена (на базисе FCA) = ((ICIS Acetic Acid FOB China mid + T1 + T2)*ИП*К) + F + C + B – Скидка, где:

ICIS Acetic Acid FOB China mid – среднее средних спотовых котировок на Товар ICIS FOB China, опубликованных с 25 числа месяца, за 2 месяца до месяца поставки, по 24 число месяца, предшествующего месяцу поставки (долл. США/тонна)¹.

ИП – импортная пошлина на Товар в Российской Федерации, принимаемая равной 1,05;

T1 – базовая стоимость фрахта по доставке Товара из порта POL Циндао/Шанхай-POD Восточный, равная 4900 долл. США/танк (204 долл. США/тонна).

T2 – стоимость железнодорожных логистических расходов по доставке Товара

¹ пример: если отгрузка Товара осуществляется в августе, используется среднее средних котировок за период с 25 июня по 24 июля.

от станции Находка-Восточная до станции Невинномысская, равная 2 978 долл. США/танк-контейнер (124 долл. США/тонна).

F – ставка финансирования за предоплату Товара из Китая за 30 дней, равная 2 %;

C – коэффициент конвертации рублей в юани для покупки Товара в Китае, равная 2 %;

B – брокерские расходы, равные 1000 руб/тонна;

K – среднее значение курса руб/долл. США по публикациям ЦБ РФ на сайте cbr.ru за период с 25 числа месяца, за 2 месяца до месяца поставки, по 24 число месяца, предшествующего месяцу поставки.

5.5. Динамика изменения фрахта отслеживается индексом BDI Baltic Exchange Dry Index. Базовая стоимость фрахта актуализируется 1 раз в 12 месяцев по формуле: $T1 = T1 (n-1) * BDI / BDI (n-1)$, где

$T1 (n-1)$ - базовая стоимость фрахта за год (n-1), равная 4900 долл. США/танк (204 долл. США/тонна),

$BDI (n-1)$ - базовый индекс Baltic Exchange Dry Index, публикуемый Балтийской Биржей (Baltic Exchange), равный 1373,93 долл. США.

BDI – индекс Baltic Exchange Dry Index, публикуемый Балтийской Биржей (Baltic Exchange), рассчитанный как среднее значение всех цен за прошедшие 12 месяцев.

5.6. С целью поддержки и развития предприятий, осуществляющих хозяйственную деятельность на территории Российской Федерации, вне зависимости от объема потребления, применяется понижающий коэффициент в размере не менее 1 % к импортному паритету, который устанавливается приказом единоличного исполнительного органа Общества не чаще 1 раза в год.

С целью поддержки и развития субъектов малого предпринимательства, включенных в единый реестр (<https://ofd.nalog.ru/index.html>) в соответствии с Федеральным законом от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», и осуществляющих хозяйственную деятельность на территории Российской Федерации, вне зависимости от объема

потребления, к понижающему коэффициенту, указанному в абзаце 1 настоящего пункта, применяется дополнительный понижающий коэффициент в размере 4% к импортному паритету.

5.7. В целях привлечения, сохранения или повышения лояльности клиентов Общество предусматривает предоставление скидок.

Всем компаниям (потребителям) предоставляется скидка за объем в зависимости от объема месячной фактической закупки товара:

от 2001 тонн в месяц – 4 %;

от 1501 до 2000 тонн в месяц – 3 %;

от 501 до 1500 тонн в месяц – 2 %;

до 500 тонн в месяц – 1 %.

5.8. В случае невыборки контрагентом заявленного объема Товара Общество отказывает в предоставлении скидки, указанной в п. 5.7 настоящей Торговой политики, в последующие 3 (три) месяца, следующими за месяцем невыборки.

5.9. В целях надлежащего соблюдения Обществом положений по организации и планированию оптовых поставок Товара, закрепленных в пункте 4.3.1 настоящей Торговой политики, у потребителей, отнесенных к первой и второй очередям, установленным в пункте 4.3.1 Торговой политики, могут быть затребованы сведения о фактическом целевом использовании Товара, к которым относятся: данные по нормативам расходования Товара в производственном цикле контрагента, данные по остаткам Товара.

В случае если установлено нарушение целевого использования Товара, то Общество отказывает контрагенту в предоставлении скидки, указанной в п. 5.7 настоящей Торговой политики в последующие 3 (три) месяца, следующими за месяцем установления факта нецелевого использования. В целях проверки действительности сведений, предоставленных контрагентом, Общество осуществляет мониторинг данных Федеральной службы государственной статистики и ОАО «РЖД» по перемещению товаров, данные аналитических агентств.

5.10. Расчет цен отгрузки Товара формируется при условии 100% предоплаты.

6. Особенности введения в действие и изменения и информационного сопровождения Торговой политики

6.1. Торговая политика утверждается и вводится в действие решением общего собрания акционеров Общества.

6.2. Изменения (дополнения) к Торговой политике производятся Обществом при наличии к тому, в том числе, экономических предпосылок с предварительного согласования Федеральной антимонопольной службы.

6.3. Торговая политика является публичным документом, предназначенным для информирования неограниченного круга лиц о политике Общества в сфере реализации Товара, в связи с чем, в целях ознакомления с ней заинтересованных лиц, подлежит размещению на официальном сайте Общества.

ПРИЛОЖЕНИЕ
к Торговой политике

Форма

№ _____ от _____._____.20_____

Заявка на отгрузку

Наименование Продукта	
Договор (ссылка на номер договора с Обществом, если ранее заключался или если есть действующий договор)	
Количество, т	
Период поставки	
Условия оплаты	
Условия доставки	
Адрес грузополучателя	
Тип транспорта	
Станция назначения	
Дата или график поставки (можно приложить отдельно)	
Цель использования товара ²	
Прогнозная потребность в Товаре дополнительно на 2 последующих месяца после месяца поставки	
Статус субъекта малого предпринимательства, внесенного в единый реестр https://ofd.nalog.ru/index.html (да/нет)	

Представитель Покупателя

_____ (расшифровка подписи)

(М.П)

² Указываются все цели использования товара контрагентом с учетом особенностей, указанных абзаце 3 пункта 4.3.1 Торговой политики.