

Приложение к приказу
АО ХК «Якутуголь»
« 12 » февраля 2025 г. № 62

УТВЕРЖДЕНА
приказом АО ХК «Якутуголь»
от « 12 » февраля 2025 г. № 62

ТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА

Версия: 1.0

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	Общие положения	3
2.	Основные принципы сбытовой деятельности	3
3.	Направления сбыта	4
3.1.	Диверсификация каналов и рынков сбыта	4
3.2.	Взаимодействие предприятий Группы	5
4.	Требования к контрагентам	5
5.	Порядок заключения, изменения и расторжения договора	7
6.	Ценообразование	8
7.	Заключительные положения	10

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Настоящая торговая политика (далее – Политика) закрепляет стратегические цели и общие принципы АО ХК «Якутуголь» (далее - Общество) в области сбытовой деятельности на рынках угля в Российской Федерации, а также определяет основные инструменты реализации таких целей и принципов, путем установления недискриминационных и прозрачных условий и предоставления Контрагентам (Потребителям) равного информационного доступа.

Область применения Политики охватывает всю совокупность процессов и операций, направленных на реализацию угля как предприятиям, входящим в Группу лиц ПАО «Мечел» (далее – предприятия Группы), так и сторонним предприятиям. Политика принимается в информационных целях и не является публичной офертой.

1.1 Понятия и термины

Клиент/Контрагент/Потребитель – лицо, приобретающее или планирующее приобрести угольную продукцию у Общества.

Общество – АО ХК «Якутуголь».

Предприятия группы – предприятия, входящие в группу лиц ПАО «Мечел».

Товар/Продукция – угольная продукция, реализуемая Обществом.

Иные понятия и термины используются в Политике в том значении, в каком они используются в соответствующих отраслях законодательства Российской Федерации.

1.2 Нормативные ссылки

Настоящая Торговая политика разработана с учетом требований:

Гражданского кодекса Российской Федерации;

Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции»;

Федерального закона от 21.11.2011 №325-ФЗ «Об организованных торгах» (далее – Закон об организованных торгах);

Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (далее – Закон о контрактной системе);

Федерального закона от 18.07.2011 № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» (далее – Закон о закупках);

Постановления Правительства Российской Федерации от 31.05.2023 № 892 "Об утверждении Положения о предоставлении информации о заключенных сторонами не на организованных торгах договорах, обязательства по которым предусматривают переход права собственности на товар, допущенный к организованным торгам, а также о ведении реестра таких договоров и предоставлении информации из указанного реестра и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации"

Устава Общества.

2. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

При осуществлении реализации Товара Общество руководствуется следующими основными принципами:

Соблюдение законодательства – Общество осуществляет деятельность в строгом соответствии с требованиями законодательства, нормативов и стандартов в области производства и сбыта продукции.

Информационная открытость продаж – публичное раскрытие информации о сбытовой деятельности Общества в соответствии с требованиями действующего законодательства.

Приоритет внутреннего рынка – Преимущественное удовлетворение потребностей российского рынка по экономически обоснованным ценам.

Рыночная конкуренция – Общество осуществляет деятельность самостоятельно и в рыночных условиях. В процессе ценообразования приоритет отдается рыночным методам, активно используется маркетинговый анализ рынка.

Недопустимость произвольного установления либо изменения цен, не основанного на объективных экономических или технологических факторах.

Клиентоориентированность – концентрация на полном и комплексном обеспечении потребности клиентов по всей номенклатуре, производимой Обществом.

Равнодоступность и единые (недискриминационные) условия договоров для всех контрагентов, действующих на одном рынке, в соответствии с действующим законодательством.

Единый для всех контрагентов, действующих на одном рынке, порядок ценообразования, порядок сроков заключения договора, а также рассмотрения заявок на закупку товара.

Недопустимость экономически и (или) технологически необоснованных отказов либо уклонения от заключения договоров с покупателями в случае наличия возможности производства и поставок соответствующей продукции в случае, если такой отказ или такое уклонение прямо не предусмотрены 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.

Гибкость – Общество реагирует на изменения внешней среды и ключевых факторов влияния, учитывает такие изменения в процессе оперативного планирования.

Оптимизация издержек – регулярная оценка расходов Общества на осуществление коммерческой деятельности в области сбыта, поиск и внедрение способов эффективного управления такими расходами, включая реализацию неликвидного имущества.

Непрерывность контроля – осуществление регулярного контроля, охватывающего все этапы сбытовых процессов, от планирования объемов продаж до работы с дебиторской задолженностью клиентов, проверки отчетности, использование регламентирующих документов и контрольных процедур в области сбыта.

Бережное отношение к экологии – реализуемая продукция производится Обществом на основании актуальных экологических стандартов и нормативов, требований законодательства. При техническом перевооружении Общество использует самые последние разработки, отвечающие всем требованиям охраны окружающей среды.

Компетентность персонала – наличие достаточного профессионализма, знаний, опыта и навыков работников, участвующих в сбытовой деятельности Общества.

Противодействие коррупции – создание условий, направленных на профилактику и предотвращение коррупции и других злоупотреблений в области сбытовой деятельности.

3. НАПРАВЛЕНИЯ СБЫТА

3.1. Диверсификация каналов и рынков сбыта

3.1.1. Реализация продукции Общества может осуществляться:

По итогам закупки, произведенной согласно Закона о контрактной системе и Закона о закупках¹;

¹ Договоры заключаются в соответствии с требованиями применимого к закупке закона: Закона о контрактной системе или Закона о закупках

На биржевых торгах (при наличии технических и организационных возможностей)²;
Через прямые каналы продаж³;
Через специализированные сбытовые предприятия⁴.

3.1.2. Группы покупателей Товара:

Генерирующие компании,
Предприятия жилищно-коммунального комплекса,
Промышленные предприятия,
Иные покупатели.

3.1.3. Для разделения объемов продукции между существующими каналами сбыта действует гибкий подход распределения ресурсов в рамках процесса ежемесячного планирования, позволяющий оперативно реагировать на изменяющиеся внутренние и внешние условия, учитывать текущую загрузку производственных мощностей, маржинальную доходность Продукции и прогнозируемый спрос рынка.

3.1.4. При недостаточности объемов угольной продукции Обществом устанавливается следующая приоритетность направлений реализации (рынков и каналов сбыта):

государственные и муниципальные контракты (поставки по договорам с федеральным государственным органом, органом власти субъекта РФ, органом местного самоуправления);
биржевая реализация (при наличии технических и организационных возможностей);
внутренний рынок:
 предприятия Группы,
 прочие контрагенты
экспорт.

3.2. Взаимодействие предприятий Группы

3.2.1. Реализация целей в сфере сбыта продукции происходит путем слаженного взаимодействия предприятий и внутренних структурных подразделений каждого из предприятий, направленных на организацию процесса производства и продажи металлопродукции, сырья и материалов на всех этапах.

3.2.2. В процессе внутреннего взаимодействия также осуществляется внутригрупповая кооперация – процесс реализации сырья и полуфабрикатов между производственными предприятиями для ее дальнейшего использования.

3.2.3. Гибкий подход позволяет всем предприятиям варьировать сырьевые и продуктовые потоки, осуществлять сбыт на сторонних контрагентов как напрямую, так и через сбытовую сеть в зависимости от текущих задач в области сбыта.

4. ТРЕБОВАНИЯ К КОНТРАГЕНТАМ

4.1. В целях проявления должной осмотрительности при выборе контрагента и заключении договора у контрагента запрашиваются следующие документы:

² Договоры заключаются в соответствии с положениями Закона об организованных торгах

³ Раздел 5 Политики

⁴ Договор заключается со специализированным сбытовым предприятием

№	Документ (в отношении) контрагента, <u>являющегося резидентом РФ</u>	Контрагент Общества			
		Юр. лицо, кроме прямо поименованных	ГУП, МУП, ФГУП, БУ и иные орг-ции с прямым гос.	Инд. предприниматель	Физ. лицо
1	Копия устава в действующей редакции со всеми изменениями и дополнениями с отметкой налогового органа	+	+		
2	Копия свидетельства о постановке на налоговый учет (ИНН)	+	+	+	+ ⁵
3	Копия свидетельства о создании (государственной регистрации) юридического лица (ОГРН), если юридическое лицо создано до 01.01.2017. После 01.01.2017 - Лист записи о создании юридического лица.	+	+		
4	При смене наименования юридического лица либо при изменении организационно-правовой формы юридического лица – копию документа, подтверждающего вышеуказанные изменения (решение/протокол общего собрания участников/акционеров, заседания совета директоров, решение единственного участника и лист записи о внесении соответствующих изменений в ЕГРЮЛ).	+	+		
5	Копии документов, подтверждающих избрание и назначение лица, действующего от имени контрагента без доверенности (протокол собрания участников/акционеров, заседания совета директоров, решение единственного участника), с подтвержденными и актуальными полномочиями на момент заключения договора. Если полномочия переданы управляющей компании, то решения, подтверждающие передачу полномочий и назначение УК в качестве единоличного исполняющего органа, документы по УК (выписка, устав и др.), документы, подтверждающие полномочия лица, действующего от имени УК (договор о передаче полномочий единоличного исполнительного органа общества управляющему (агентский договор), доверенность).	+	+		
6	Копия доверенности на право подписи договора в случае, если документы подписываются представителем по доверенности (с образцом его подписи)	+	+	+	+
7	Копия бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках (за последний отчетный год и на последнюю отчетную дату, если составляется промежуточная отчетность, с извещением/квитанцией о приеме налоговым органом)	+	+		

⁵ Справка о постановке на учет для самозанятых (при наличии).

8	Согласие на обработку персональных данных от каждого физического лица, в отношении которого предоставляются персональные данные	+	+	+	+
9	Копия паспорта подписанта			+	+

4.2. Проверка контрагента осуществляется в отношении его деловой репутации, финансового состояния и правоспособности соответствующими подразделениями Общества.

4.3. Документы контрагентом предоставляются в сканированных копиях. По дополнительному запросу Общества документы должны быть предоставлены в бумажных копиях, заверенных контрагентом.

4.4. При возникновении обоснованных сомнений в благонадежности и добросовестности контрагента Общество вправе запросить у контрагента иные документы.

5. ПОРЯДОК ЗАКЛЮЧЕНИЯ, ИЗМЕНЕНИЯ И РАСТОРЖЕНИЯ ДОГОВОРА

5.1. Контрагент, заинтересованный в приобретении Товара, направляет в Общество заявку на заключение договора с указанием наименования, требуемого качества, необходимого объема, периода поставки, базиса поставки, грузополучателя и способа отгрузки Товара.

5.2. Заявка рассматривается Обществом в срок не превышающий 30 дней с момента ее поступления. Ответ оформляется на официальном бланке, подписывается уполномоченным лицом, имеет исходящий номер и дату и направляется контрагенту на указанный в заявке электронный адрес и (или) почтовый адрес.

5.3. В случае удовлетворения заявки контрагента, взаимоотношения между контрагентом и Обществом регулируются договором и гражданским законодательством. В частности, договор включает положения:

- о предмете договора (наименовании Товара, планируемого к поставке), количестве (указывается общее количество Товара, подлежащего передаче в соответствующих единицах измерения), порядке и сроках поставки (указывается способ поставки, периодичность поставки (при необходимости), базис поставки, обязательства по заключению договора перевозки, четко определенный момент исполнения обязательств и четко определенный момент перехода права собственности), порядок подачи заявок на отгрузку и требования к содержанию заявок;
- о качестве товара (указываются качественные характеристики товара);
- о правах и обязанностях сторон;
- о порядке и сроках приемки товара по количеству и качеству (указывается порядок, в котором осуществляется приемка товара, условия и сроки уведомления о выявленных несоответствиях, вызова представителей, сроки предъявления претензий и их рассмотрения);
- о цене товара и порядке расчетов (указывается цена единицы каждого наименования товара или порядок ее определения, и ее составляющие - НДС (размер или процент, либо ссылка «НДС не облагается», с указанием конкретной правовой нормы, освобождающей от уплаты НДС), провозная плата, иные расходы и др. При наличии оснований для изменения договорной цены, оговаривается порядок ее корректировки);
- об ответственности сторон (указываются основания имущественной ответственности, виды и размеры неустойки по отношению к стороне договора, нарушившей обязательство или иные способы обеспечения исполнения обязательств), включая порядок обращения с вагонами;
- о форс-мажоре (об обстоятельствах непреодолимой силы, служащих основанием освобождения от ответственности за неисполнение обязательств, предусмотренных договором (стихийные бедствия, нормативные акты запретительного характера и т.д.);

- о действии договора (указывается общий срок действия договора или способ его определения; условия расторжения, продления договора или изменения его условий).
- прочие условия, которые стороны договора считают необходимым включить в договор.

5.4. Договоры, заключенные между Обществом и контрагентом, могут быть изменены или расторгнуты по основаниям, предусмотренным договором и (или) законодательством Российской Федерации.

6. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

6.1. Порядок ценообразования

6.1.1. Цена на угольную продукцию определяется для отдельных групп, видов и марок Продукции, объединенных общими характеристиками, такими как технические параметры и химические свойства.

6.1.2. При определении цены учитывается широкий перечень факторов: качественные характеристики Продукции, уровень рыночного спроса и его устойчивость, баланс спроса и предложения, базис поставки, объем реализации Продукции, дополнительные требования клиента и другие параметры.

6.1.3. Различия в категориях, типах Продукции, её марках в обязательном порядке учитываются не только при фактическом установлении отпускной цены, но и при осуществлении оперативного планирования сбытовой деятельности по основной продукции. Дополнительно, при наличии объективной возможности, оперативные планы отражают уровень продаж на отдельные категории клиентов, вплоть до конкретных контрагентов. Это позволяет повысить детализацию и точность оперативного планирования и оптимизировать усилия Общества для достижения целевых показателей сбытовой деятельности.

6.1.4. Цена Продукции может быть определена Обществом следующими методами:

6.1.4.1. Рыночный метод, заключающийся в установлении цены на Продукцию на уровне цены на сравнимую продукцию, сложившуюся на соответствующем товарном рынке. Для получения актуальной информации о текущей рыночной конъюнктуре, в Обществе на регулярной основе проводится маркетинговый анализ рыночных цен и сбор информации по ключевым номенклатурным позициям.

6.1.4.2. Затратный метод, заключающийся в определении цены на Продукцию не превышающей сумму необходимых для ее производства и реализации расходов и прибыли.

6.1.4.3. Метод индексации, заключающийся в индексации ранее сформированной цены Продукции.

6.1.4.4. Биржевых и внебиржевых индикаторов, заключающегося в использовании биржевых котировок или внебиржевых индексов, публикуемых АО «СПбМТСБ» на официальном сайте <https://spimex.com>.

6.1.4.5. Индикативного ценового коридора⁶. Для определения нижней границы ценового коридора применяется средняя цена контрактации угля в 2020 г., в качестве верхней – средняя цена контрактации в 2022г. При этом указанные ценовые параметры подлежат индексации:

для установления ценового диапазона на 2024 – 2025 гг. – на ИПЦ 2023 г. и 2024 г., рассчитываемый Минэкономразвития России.

⁶ для потребителей, расположенных на территории Дальневосточного федерального округа и являющихся тепло- и электрогенерирующими субъектами, при условии экономической целесообразности таких поставок.

При этом в случае, если нижняя граница ценового коридора ниже себестоимости Товара, показатель нижней границы ценового коридора равен себестоимости Товара.

Поставка товара по цене, определенной методом Индикативного ценового коридора, осуществляется при ее экономической целесообразности. В случае, если поставка товара по цене, определенной методом Индикативного ценового коридора, экономически нецелесообразна, Общество вправе сформировать ценовое предложение иным, указанным в пункте 6.1.4 Торговой политики методом.

6.1.5. Общество вправе комбинировать перечисленные в пункте 6.1.4 методы формирования цены, а также использовать иные методы, не противоречащие требованиям законодательства Российской Федерации.

6.1.6. При реализации продукции на внутренний рынок Общество не использует в ценообразовании курсы иностранных валют и (или) котировки мировых рынков.

6.1.7. При определении цены продукции для контрагентов, осуществляющих закупки в порядке, определенном Законом о контрактной системе и Законом о закупках, оценивается сформированная потребителем начальная максимальная цена договора на предмет экономической целесообразности его заключения.

6.2. Предоставление скидок и надбавок

6.2.1. Порядок применения скидок и надбавок (приплат) определяется исходя из следующего.

6.2.2. При реализации концентрата каменного угля коксующихся марок скидки к цене применяются в случае отклонения качественных характеристик продукции от согласованных договором предельных показателей (с учетом соответствующих установленным требованиям погрешностей) в размере:

- по зольности – за каждый 0,1% превышения 0,25%,
- по влаге – за каждый 0,1% превышения 0,2%,
- по сере – за каждый 0,1% превышения 0,5%,
- по толщине пластического слоя (Y) – за каждый 1 мм снижения – 2,0%,
- по соответствию марочной структуры – оценка отклонения и размер скидки согласуются с контрагентом дополнительно.

В пределах погрешности, установленной ГОСТом, скидки по качеству не применяются.

6.2.3. При реализации энергетического угля производства Разреза «Нерюнгринский» и Обоганительной фабрики «Нерюнгринская» корректировка цены за качество осуществляется за отклонение фактической низшей теплоты сгорания (либо средневзвешенной за отчетный месяц, либо по каждой отгруженной партии) от базовой, установленной договором.

При отклонении фактической низшей теплоты сгорания от базовой, установленной договором, производится перерасчет цены партии угля по формуле:

$$Ц = Ц_{\text{Б}} \frac{Q_{\text{Ф}}}{Q_{\text{Б}}}, \text{ где:}$$

$Ц_{\text{Б}}$ - базовая цена угля, установленная в договоре;

$Q_{\text{Ф}}$ - средневзвешенная за отчетный месяц либо по партии фактическая низшая теплота сгорания по данным сертификатов (удостоверений) качества Поставщика;

$Q_{\text{Б}}$ - базовая низшая теплота сгорания, установленная в договоре.

6.2.4. При реализации энергетического угля производства Разреза «Джебарики-Хая» в случае, когда фактическая зольность угля ниже среднего показателя зольности, указанного в договоре или в соответствующих технических условиях, к цене применяются приплаты в размере 2% за каждый процент снижения зольности.

6.2.5. Общество вправе применять иные скидки и надбавки (приплаты) для контрагентов с учетом соблюдения принципа единого недискриминационного подхода к их установлению.

6.3. Логистическая составляющая цены

6.3.1. Для доставки Продукции контрагенту возможно использование различных видов транспорта: железнодорожного, автомобильного, речного и морского, а также их различные комбинации. Распределение обязанностей по доставке между продавцом и покупателем закрепляется в условиях договоров.

6.3.2. Покупатель вправе организовать доставку Продукции за свой счет.

6.3.3. При доставке Продукции силами и за счет Общества стоимость транспортировки согласовывается сторонами дополнительно при заключении договора, при чем при доставке продукции железнодорожным транспортом общая стоимость перевозки разделяется на инфраструктурную (тариф РЖД) и вагонную (ставка аренды полувагона) составляющие.

6.3.3.1. Регулируемые тарифы определяются Прейскурантом 10-01 «Тарифы на перевозки грузов и услуги инфраструктуры, выполняемые российскими железными дорогами», зависящие от класса и рода груза, типа, дальности и направления перевозки, планового количества полувагонов в группе отправки, рассчитанные, с учетом поправочных коэффициентов.

6.3.3.2. Плата за услуги по использованию вагонов соответствует рыночным ставкам компаний-собственников вагонов.

6.3.4. В тех случаях, когда это возможно, при заключении договоров используются термины ИНКОТЕРМС как не допускающие неоднозначного толкования.

7. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

7.1. Реализация Политики

Для реализации Политики Общество берет на себя следующие обязательства:

руководствоваться положениями настоящей Политики в своей деятельности;

обеспечивать комплексный подход к решению задач в сфере сбыта;

определять и непрерывно совершенствовать основные процессы и операции, выполняемые при осуществлении сбытовой деятельности;

обеспечивать анализ, мониторинг и контроль выполнения процессов в области сбытовой деятельности;

способствовать развитию профессиональных навыков и повышению квалификации персонала в области сбытовой деятельности;

способствовать тому, чтобы сотрудники, партнеры и клиенты понимали основные идеи и цели в области сбытовой деятельности и принимали участие в их реализации;

проводить мониторинг настоящей Политики не реже чем один раз в два года и при необходимости актуализировать Политику по результатам мониторинга.

7.2. Порядок внедрения и изменения Политики

7.2.1. Настоящая Политика является обязательной для всех работников Общества, участвующих в процессе реализации Товара.

7.2.2. Настоящая Политика вводится в действие приказом, подписанным Руководителем Общества или уполномоченным лицом, после рассмотрения ФАС России на предмет ее соответствия требованиям антимонопольного законодательства.

7.2.3. Общество оставляет за собой право вносить изменения и дополнения в Политику после рассмотрения их ФАС России.

7.2.4. Настоящая Политика является документом, предназначенным для информирования неограниченного круга лиц о политике Общества в сфере реализации угольной продукции и подлежит опубликованию на официальном сайте Общества.