

УТВЕРЖДЕНА

Приказом ООО «АТ «Первомайский»

От « 9 » сентября 2026 года № 2

Введена в действие с « 10 » сентября 2026 года

Ценовая политика

Общества с ограниченной ответственностью
«Автомобильный терминал «Первомайский»

Версия 1.0

г. Владивосток
2026

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящий локальный нормативный акт (далее – ЛНА) ООО «АТ «Первомайский» (далее — Общество), регулирует порядок формирования, согласования, утверждения и изменения цен (тарифов) на услуги транспортных перевозок и сопутствующие услуги, оказываемые Обществом.

1.2. Положение разработано в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Уставом Общества и иными внутренними документами Общества.

1.3. Положение распространяется на все виды услуг, оказываемых Обществом, включая:

- грузовые перевозки (внутригородские, междугородные, международные);
- аренда транспортных средств с экипажем и без экипажа;
- дополнительные услуги (погрузочно-разгрузочные работы, экспедирование, хранение, упаковка и иные).

1.4. Ценовая политика Общества направлена на обеспечение:

- рентабельности оказываемых услуг;
- конкурентоспособности Общества на рынке транспортных услуг;
- прозрачности и обоснованности ценообразования;
- гибкого реагирования на изменения рыночной конъюнктуры, стоимости топлива и иных затрат;
- выполнения финансовых планов и бюджетов Общества.

1.5. Положение обязательно для исполнения всеми структурными подразделениями и должностными лицами Общества, участвующими в процессе ценообразования.

2. ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

2.1. **Цена (тариф)** — стоимость услуги Общества, выраженная в денежной форме, по которой Общество предлагает заключить договор с заказчиком.

2.2. Базовый тариф — минимальная расчётная стоимость единицы услуги (1 км пробега, 1 машино-часа, 1 т-км и т.д.), определённая на основе плановой себестоимости и целевой рентабельности.

2.3. Себестоимость услуги — совокупность прямых и косвенных затрат Общества, приходящихся на оказание единицы услуги.

2.4. Маржинальность (маржа) — разница между ценой услуги и её себестоимостью, выраженная в абсолютных или относительных величинах.

2.5. Заказчик — юридическое или физическое лицо, которому Общество оказывает или планирует оказать услуги.

2.6. Коммерческое предложение — документ, содержащий расчёт стоимости услуг по конкретному запросу заказчика.

2.7. Прайс-лист — утверждённый перечень базовых тарифов на услуги Общества.

2.8. Скидка — снижение базового тарифа, предоставляемое заказчику на условиях, предусмотренных настоящим Положением.

2.9. Коммерческий директор — должностное лицо, отвечающее за коммерческую деятельность Общества, если иная должность не установлена штатным расписанием.

3. ПРИНЦИПЫ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ

3.1. Ценообразование Общества основывается на следующих принципах:

- **Обоснованность** — цена формируется на основе расчёта себестоимости с учётом рыночных факторов, а не устанавливается произвольно.
- **Конкурентоспособность** — уровень тарифов сопоставляется с рыночными ценами аналогичных услуг в регионе присутствия.
- **Дифференцированность** — тарифы могут различаться по видам перевозок, типам транспортных средств, направлениям, объёмам и регулярности заказов.
- **Гибкость** — предусмотрена возможность оперативного изменения тарифов при существенных изменениях затрат (топливо, лизинг, заработная плата, налоги) или рыночной ситуации.

- **Прозрачность** — порядок формирования цены документируется и может быть предъявлен заказчику по запросу в части, не раскрывающей коммерческую тайну.
- **Соблюдение законодательства** — ценообразование осуществляется с учётом требований антимонопольного законодательства и законодательства о государственных и муниципальных закупках.

4. СТРУКТУРА СЕБЕСТОИМОСТИ И ПОРЯДОК ЕЁ РАСЧЁТА

4.1. Себестоимость услуги формируется из следующих групп затрат:

4.1.1. Прямые затраты

Группа затрат	Составляющие
Топливо и ГСМ	Расход топлива по нормам, масла, технические жидкости
Заработная плата водителей	Окладная и сдельная часть, премии, районный коэффициент, страховые взносы
Амортизация / лизинг	Амортизационные отчисления или лизинговые платежи по транспортным средствам
Техническое обслуживание и ремонт	Плановое и непредвиденное ТО, запчасти, шины
Страхование	ОСАГО, КАСКО, страхование ответственности, страхование грузов (при необходимости)
Платные дороги и парковки	Платные магистрали, парковочные сборы, таможенные сборы (для международных перевозок)
Разрешительная документация	Платонов, разрешения на негабаритные перевозки, визы, страховки для международных рейсов

4.1.2. Косвенные (накладные) затраты

Группа затрат	Составляющие
Управленческий персонал	Заработная плата АУП, бухгалтерии, отдела логистики, диспетчеров
Аренда и содержание офиса	Аренда, коммунальные платежи, связь, интернет
Содержание территории	Аренда/содержание стоянки, гаража, ремонтной зоны
IT и программное обеспечение	Подписки на системы мониторинга транспорта (ГЛОНАСС/GPS), 1С, навигация
Прочие накладные расходы	Канцелярия, командировочные, представительские (в пределах норм)

4.2. Расчёт себестоимости производится бухгалтерией не реже одного раза в полугодие, а также внеочередно — при существенном изменении ключевых статей затрат (рост стоимости топлива более чем на 10%, изменение ставок лизинга, налогов, МРОТ).

4.3. Расчёт себестоимости фиксируется в калькуляционной ведомости, утверждаемой Директором.

5. ПОРЯДОК ФОРМИРОВАНИЯ ТАРИФОВ

5.1. Базовые тарифы

5.1.1. Базовый тариф по каждому виду услуг рассчитывается по формуле:

$$БТ = ПС + ПМ$$

где:

- БТ — базовый тариф за единицу услуги;
- ПС — плановая себестоимость единицы услуги;
- ПМ — плановая маржа (целевая прибыль) за единицу услуги.

5.1.2. Целевая маржа устанавливается в процентах к себестоимости. Базовые значения целевой маржинальности:

<i>Виды услуг</i>	<i>Минимальная маржинальность</i>
Внутригородские грузовые перевозки	15%
Междугородные грузовые перевозки	20%
Международные грузовые перевозки	25%
Аренда транспортных средств	15%
Дополнительные услуги	20%

5.1.3. Указанные значения могут корректироваться Директором по представлению Коммерческого директора, с учётом рыночной ситуации.

5.2. Факторы корректировки тарифов

5.2.1. На конечную цену услуги помимо базового тарифа влияют:

- тип и грузоподъёмность транспортного средства;
- расстояние и маршрут перевозки (включая сложность, дорожные условия);
- срочность заказа;
- регулярность и объём заказов заказчика;
- сезонность;
- необходимость специальных разрешений (негабарит, опасный груз, температурный режим);
- валюта расчётов и курсовые риски (для международных перевозок);
- условия оплаты (предоплата, отсрочка, постоплата).

5.2.2. Коэффициенты и надбавки к базовым тарифам утверждаются Директором.

5.3. Прайс-лист

5.3.1. На основе базовых тарифов и коэффициентов формируется прайс-лист Общества.

5.3.2. Прайс-лист утверждается приказом Директора сроком на 6 (шесть) месяцев, если иное не установлено приказом.

5.3.3. Прайс-лист является внутренним документом Общества. Внешнему представлению заказчикам подлежат коммерческие предложения, формируемые на основе прайс-листа.

6. ПОРЯДОК ФОРМИРОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

6.1. Коммерческое предложение (далее — КП) разрабатывается ответственным менеджером отдела продаж или логистики на основании запроса заказчика.

6.2. КП формируется по следующему алгоритму:

1. **Приём заявки** — менеджер фиксирует параметры заказа: вид услуги, маршрут, тип транспортного средства, объём/вес груза, сроки, особые условия.
2. **Расчёт стоимости** — менеджер производит расчёт с использованием базовых тарифов и коэффициентов.
3. **Проверка рентабельности** — расчётная маржинальность по КП не должна быть ниже минимального значения, установленного в п. 5.1.2, за исключением случаев, согласованных в порядке раздела 7 настоящего Положения.
4. **Согласование** — КП согласуется с руководителем отдела продаж (логистики). При отклонении от базовых тарифов более чем на 10% в сторону снижения — дополнительно с Коммерческим директором.
5. **Утверждение** — КП утверждается подписью уполномоченного лица и направляется заказчику.

6.3. Срок действия КП устанавливается в тексте КП и, как правило, составляет не более 30 календарных дней, если иное не обусловлено спецификой услуги.

6.4. При изменении существенных условий (рост стоимости топлива более 10% с даты КП, изменение налогового законодательства, форс-мажор).

6.5. Общество вправе пересчитать стоимость до заключения договора, письменно уведомив заказчика.

7. СКИДКИ И ЛЬГОТНЫЕ ТАРИФЫ

7.1. Скидки предоставляются в следующих случаях:

<i>Основание для скидки</i>	<i>Максимальный размер скидки от базового тарифа</i>
Объём заказов от 1 млн руб. в месяц (регулярный)	5%
Объём заказов от 3 млн руб. в месяц (регулярный)	8%
Объём заказов от 5 млн руб. в месяц (регулярный)	12%
Долгосрочный договор (от 12 мес.) с гарантированным объёмом	до 10%
Предоплата 100%	7%

7.2. Скидки не суммируются, если иное не утверждено Директором. Применяется наибольшая из применимых скидок.

7.3. Предоставление скидки, превышающей значения, указанные в п. 7.1, возможно только по решению Директора и оформляется приказом.

7.4. В исключительных случаях (защита стратегического заказчика, выход на новый рынок, выполнение социального обязательства) Директор вправе утвердить цену ниже минимальной маржинальности, установленной п. 5.1.2. Решение оформляется письменным распоряжением с обоснованием.

8. ПОРЯДОК ИЗМЕНЕНИЯ ТАРИФОВ

8.1. Изменение тарифов (пересмотр прайс-листа) производится в следующих случаях:

- изменение стоимости топлива более чем на 10% относительно значения, учтённого в действующем прайс-листе;
- изменение ставок лизинга, кредитных ставок, страховых тарифов;
- изменение МРОТ, страховых взносов, налогового законодательства;
- существенное изменение рыночных цен конкурентов (подтверждённое анализом);
- изменение структуры затрат (ввод/вывод транспортных средств, изменение маршрутов).

8.2. Инициатором изменения тарифов может выступать Коммерческий директор, главный бухгалтер или руководитель отдела продаж (логистики).

8.3. Предложение об изменении тарифов направляется Генеральному директору с приложением расчётного обоснования не менее чем за 10 рабочих дней до планируемой даты вступления новых тарифов в силу.

8.4. Новые тарифы утверждаются приказом Генерального директора и вступают в силу с даты, указанной в приказе.

8.5. По заключённым долгосрочным договорам, в которых предусмотрена индексация тарифов, изменение цены осуществляется в порядке, установленном соответствующим договором.