ПОЛИТИКА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ И ФОРМИРОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКИХ УСЛОВИЙ ПОСТАВКИ ООО «ГАСЗНАК»

1. Общие положения

1.1. Настоящая Политика ценообразования и формирования коммерческих условий поставки ООО «ГАСЗНАК» (далее соответственно — Политика, Компания) определяет основные принципы формирования стоимости продукции, работ и услуг Компании, а также подходы к согласованию коммерческих условий поставки.

1.2. Политика разработана в целях:

— обеспечения единых подходов к подготовке коммерческих предложений, счетов, спецификаций и иных коммерческих документов;

— повышения прозрачности и предсказуемости коммерческих условий для клиентов и партнеров;

— учета производственных, логистических, рыночных и коммерческих факторов при определении стоимости;

— обеспечения устойчивости поставок и надлежащего исполнения обязательств Компании;

— минимизации рисков некорректного сравнения коммерческих предложений, сформированных в разных условиях.

1.3. Компания осуществляет деятельность в сфере производства и поставки сигнальных и информационных средств, плакатов и знаков безопасности, дорожных знаков, металлических конструкций, ограждений, стеллажей, металлической мебели, информационных стендов, а также иных изделий, принадлежностей и приспособлений для охраны труда, промышленной, пожарной и дорожной безопасности.

1.4. Продукция, работы и услуги Компании реализуются преимущественно в формате B2B, в том числе в рамках проектных, производственных, комплексных и индивидуальных поставок.

1.5. Стоимость продукции, работ и услуг определяется Компанией индивидуально по каждому запросу с учетом совокупности факторов, влияющих на возможность и условия исполнения обязательств.

1.6. Настоящая Политика носит информационный характер, не содержит всех существенных условий договора, и сама по себе не является публичной офертой в понимании статьи 437 Гражданского кодекса Российской Федерации. Конкретное коммерческое предложение, счет, счет-оферта, спецификация или иной документ могут иметь значение оферты только при наличии в них необходимых условий и в пределах срока их действия.

1.7. Итоговые условия поставки, включая номенклатуру, технические характеристики, стоимость, сроки, объем, порядок расчетов и иные существенные условия, фиксируются в одном или нескольких согласованных сторонами документах, в том числе:

— коммерческом предложении с указанием срока его действия;

— счете или счете-оферте;

— спецификации;

— договоре;

— дополнительном соглашении;

— иных документах, согласованных сторонами.

1.8. Политика применяется с учетом обязательных требований законодательства Российской Федерации, включая нормы о заключении договоров, защите конкуренции, закупочных процедурах и иных применимых обязательных требованиях.

2. Принципы формирования стоимости

2.1. Компания применяет динамический подход к ценообразованию, предусматривающий возможность определения и изменения стоимости продукции, работ и услуг с учетом коммерческих, производственных, логистических, рыночных и иных факторов.

2.2. При формировании стоимости могут учитываться следующие коммерческие факторы:

— номенклатура, количество, объем и тиражность заказа;

— совокупный объем и история сотрудничества с клиентом;

— регулярность закупок и прогнозируемость потребности;

— условия оплаты, включая размер предоплаты, отсрочку платежа и порядок расчетов;

— срок размещения заказа, срок действия коммерческого предложения и срочность исполнения;

— состав поставки, комплексность проекта и необходимость дополнительного сопровождения;

— длительность и условия договорных обязательств;

— наличие специальных коммерческих условий, согласованных в установленном Компанией порядке.

2.3. При формировании стоимости могут учитываться производственные факторы:

— текущая загрузка производства;

— наличие либо отсутствие складского остатка;

— необходимость индивидуального изготовления или нестандартного исполнения;

— необходимость разработки макетов, проектной документации, технической подготовки или согласования образцов;

— сложность комплектации и требования к материалам, фурнитуре, комплектующим;

— производственный цикл и технологические ограничения;

— сезонная нагрузка и доступность производственных ресурсов.

2.4. При формировании стоимости могут учитываться логистические факторы:

— регион, адрес и условия поставки;

— способ доставки и требования к транспортировке;

— требования к упаковке, маркировке и сопроводительным документам;

— необходимость оформления дополнительных документов, сертификатов, паспортов, инструкций или иных материалов;

— условия приемки товара, порядок отгрузки и разгрузки;

— консолидация или дробление поставки;

— изменение транспортных тарифов и иных расходов, связанных с доставкой.

2.5. Компания вправе учитывать рыночные и внешние факторы, включая:

— изменение стоимости сырья, материалов, комплектующих и услуг подрядчиков;

— изменение закупочных цен поставщиков;

— изменение валютных курсов;

— изменение налогового, таможенного и иного обязательного регулирования;

— изменение требований нормативной документации и стандартов;

— изменение конъюнктуры рынка, уровня спроса и доступности ресурсов;

— иные обстоятельства, влияющие на себестоимость и условия исполнения обязательств.

2.6. Цены, указанные в каталогах, на сайте, в рекламных, информационных или справочных материалах Компании, если иное прямо не указано в соответствующем материале, являются ориентировочными и подлежат подтверждению Компанией при подготовке конкретного коммерческого предложения, счета, спецификации или договора.

3. Индивидуальный характер коммерческих предложений

3.1. Каждое коммерческое предложение формируется индивидуально под конкретный запрос клиента и действует исключительно в пределах условий и срока, прямо указанных в таком предложении.

3.2. Коммерческие предложения могут различаться по стоимости даже при наличии одинаковой или схожей номенклатуры, если условия исполнения заказа не совпадают полностью.

3.3. Различие стоимости может быть обусловлено, в частности:

— различием объемов, количества, тиражности и состава заказа;

— различием технических характеристик, требований к материалам и комплектации;

— различием сроков изготовления, поставки, оплаты и действия предложения;

— различием логистических условий, региона доставки и требований к упаковке;

— текущей производственной загрузкой и наличием складских остатков;

— необходимостью разработки макетов, чертежей, проектной или иной технической документации;

— наличием дополнительных гарантийных, сервисных или сопроводительных условий;

— иными факторами, влияющими на стоимость и исполнение обязательств.

3.4. Наличие одинаковой номенклатуры в различных коммерческих предложениях не означает идентичность условий сделки и не является основанием для автоматического применения ранее предоставленных цен или условий.

3.5. Сравнение стоимости между различными коммерческими предложениями является корректным только при полном совпадении существенных параметров, включая:

— номенклатуру и количество;

— технические характеристики, материалы, комплектацию и требования к качеству;

— сроки изготовления, поставки и действия предложения;

— условия оплаты и порядок расчетов;

— логистические условия и регион поставки;

— дату формирования предложения;

— иные существенные условия поставки.

4. Срок действия коммерческого предложения и изменение цен

4.1. Срок действия коммерческого предложения определяется непосредственно в тексте соответствующего предложения. При отсутствии указанного срока стоимость и условия подлежат отдельному подтверждению Компанией.

4.2. По истечении срока действия коммерческого предложения Компания вправе пересмотреть стоимость, сроки, состав поставки, условия оплаты, условия логистики и иные параметры предложения.

4.3. Компания вправе пересмотреть стоимость продукции, работ и услуг до момента окончательного согласования условий сделки, в том числе в случаях:

— изменения стоимости сырья, материалов, комплектующих, работ или услуг подрядчиков;

— изменения закупочных цен поставщиков;

— изменения валютных курсов;

— изменения объема, состава или технических требований заказа;

— изменения сроков исполнения или срочности поставки;

— несоблюдения сроков подписания договора, спецификации, дополнительного соглашения или оплаты счета;

— изменения условий поставки, упаковки, маркировки, приемки или логистики;

— возникновения иных обстоятельств, влияющих на себестоимость или возможность исполнения обязательств.

4.4. Актуальной признается стоимость, подтвержденная Компанией на дату подписания договора и спецификации либо на дату акцепта счета-оферты в установленный для акцепта срок, если такой способ оформления сделки применим к конкретному заказу.

4.5. Оплата счета или иное совершение клиентом действий по выполнению условий оферты рассматривается в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации и условиями соответствующего документа.

5. Специальные коммерческие условия

5.1. Компания вправе предоставлять специальные коммерческие условия отдельным клиентам, заказам или проектам.

5.2. Специальные коммерческие условия могут предоставляться с учетом:

— долгосрочного сотрудничества;

— проектного или комплексного характера поставки;

— объема, регулярности и прогнозируемости закупок;

— рамочных договоров и соглашений о сотрудничестве;

— конкурсных, тендерных и иных закупочных процедур;

— партнерских программ;

— иных коммерческих, производственных или стратегических факторов.

5.3. Предоставление специальных коммерческих условий является правом Компании и осуществляется в соответствии с внутренними регламентами, процедурами согласования и применимыми требованиями законодательства.

5.4. Специальные условия, предоставленные конкретному клиенту или проекту, не являются обязательными для применения к иным клиентам, заказам или проектам, если иное прямо не согласовано Компанией.

6. Использование и раскрытие коммерческих условий

6.1. Коммерческие предложения Компании являются индивидуальными документами, подготовленными под конкретный запрос клиента, с учетом конкретных условий и срока действия.

6.2. Передача, публикация или использование коммерческих предложений, счетов, спецификаций и иных коммерческих документов третьими лицами допускается в пределах, предусмотренных законодательством Российской Федерации, условиями соответствующих договоров и соглашений сторон.

6.3. Компания не гарантирует сохранение ранее предоставленных цен и условий при повторном обращении клиента, если такие цены и условия не подтверждены действующим договором, спецификацией, счетом-офертой или иным согласованным документом.

6.4. Настоящая Политика не ограничивает права клиентов, предусмотренные императивными нормами законодательства Российской Федерации, и применяется постольку, поскольку она не противоречит таким нормам.

7. Заключительные положения

7.1. Настоящая Политика вводится в действие с 06 апреля 2026 г.

7.2. Компания вправе вносить изменения в настоящую Политику без предварительного уведомления третьих лиц, если иное не предусмотрено законодательством Российской Федерации или договором с конкретным контрагентом.

7.3. Актуальная редакция Политики размещается на официальном сайте Компании: https://gasznak.ru.

7.4. По вопросам, не урегулированным настоящей Политикой, Компания руководствуется действующим законодательством Российской Федерации, заключенными договорами и внутренними нормативными документами Компании.