

**Коммерческая политика  
ОАО «Управляющая компания холдинга  
«МИНСКИЙ МОТОРНЫЙ ЗАВОД»**

**Минск, 2023**

## Содержание

1. Общие положения
2. Термины, определения, сокращения, используемые в настоящей Политике
3. Область применения и срок действия
4. Цели и принципы настоящей Политики
5. Принципы работы. Порядок формирования ТПС
6. Управление каналом распределения продукции  
Приложение №1 к коммерческой политике  
Приложение №2 к коммерческой политике

## 1. Общие положения

Настоящая **Коммерческая политика** (далее - Политика) направлена на формирование и регулирование взаимодействия ОАО «Управляющая компания холдинга «МИНСКИЙ МОТОРНЫЙ ЗАВОД» (далее - ОАО «УКХ «ММЗ») с потенциальными и действующими партнерами в отношении реализации Продукции Общества. Настоящая коммерческая политика содержит требования, предъявляемые к партнерам, процедуры и сроки принятия решений о заключении или об отказе в заключении договоров с партнерами в отношении реализации Продукции Общества, ценовую политику и систему стимулирования продаж.

## 2. Термины, определения, сокращения, используемые в настоящей Политике

**Поставщик** - ОАО «Управляющая компания холдинга «МИНСКИЙ МОТОРНЫЙ ЗАВОД».

**Производитель** - предприятия холдинга «МИНСКИЙ МОТОРНЫЙ ЗАВОД», производящие Продукцию.

**Товаропроводящая сеть (далее - ТПС)** - совокупность иностранных юридических и физических лиц и расположенных за рубежом обособленных подразделений Поставщика, включая его филиалы и представительства, осуществляющих реализацию или реализацию и Сервисное обслуживание продукции производства Производителя в рамках заключенных договоров (соглашений) и иных документов.

**Потребитель** - совокупность юридических и физических лиц, имеющих намерение заказать (приобрести) либо заказывающий (приобретающий, использующий) продукцию Производителя.

**Продукция** - двигатели, специальная техника (дизель-генераторные станции, компрессорные станции, дизель-насосные станции), запасные части выпускаемые Производителем или организациями, осуществляющими поставки этих агрегатов, узлов и деталей Производителю для их использования в процессе производства продукции и ее Сервисного сопровождения.

**Предприятие промышленной сборки** - субъект хозяйствования, осуществляющий конвейерную сборку сложных технических изделий (тракторов, автомобилей, автобусов, дорожной техники, дизельных электростанций и т.д.) с использованием двигателей производства Поставщика.

**Дилер** - субъект ТПС, осуществляющий реализацию и Сервисное сопровождение продукции производства Производителя от своего имени и за свой счет на условиях, определенных Дилерским договором и договорами поставки.

**Дилерский договор** - соглашение между Поставщиком и субъектом товаропроводящей сети, устанавливающее условия взаимоотношений между ними, основанное на принципах, закрепленных в настоящей Политике.

**Дилерский минимум** - минимальные обязательства Дилера перед Поставщиком в части отгрузки Продукции и оплаты за вычетом базового дохода.

**Период** - три следующих друг за другом месяца длительности Дилерского договора, который заключается на один календарный год.

**Торговая организация** - иностранное юридическое лицо, осуществляющее торговлю Продукцией производства Производителя, не входящее в структуру ТПС и приобретающее продукцию у Поставщика.

**Прейскурантные цены** - цены, установленные Поставщиком для реализации Продукции Потребителям на условиях FCA (Инкотермс 2010) (далее - ПЦ) для соответствующих рынков.

**Базовый доход** - гарантированный доход для покрытия расходов субъектов ТПС, связанных с Продвижением Продукции, с её Сервисным сопровождением, представляющий разницу между ПЦ и отпускной ценой для субъекта ТПС.

**Дополнительный доход** - премия (скидка), предоставляемая (выплачиваемая) Поставщиком субъекту ТПС при условии выполнения Дилерского минимума и других обязательств, предусмотренных Дилерским договором, отдельными договорами на поставку Продукции и данной Политикой. Дополнительный доход рассчитывается как определенный процент от ПЦ для Потребителей и дифференцируется по товарным группам и рынкам.

**Адаптационный Дилерский период** - период (3 последовательно идущих друг за другом месяца), который предоставляется Поставщиком новому субъекту ТПС для вхождения на рынок, изучения и освоения техник реализации Продукции, создания Потребительской базы и др.

**Продвижение продукции** - мероприятия, проводимые субъектами ТПС для обеспечения узнаваемости Продукции Производителя: участие в выставках, проведение демонстрационных показов, проведение презентаций, публикация рекламных статей в СМИ и иные мероприятия, имеющие цель информировать потенциальных Потребителей продукции, выпускаемой Производителем.

**Фирменный стиль** - определенный набор цветовых, графических, словесных, типографических, дизайнерских элементов, призванных создать единый образ Поставщика, способствующий его идентификации, узнаваемости, отождествлению Продукции, рекламной и иной информации с самим Поставщиком.

**Рекламная деятельность** - комплекс мероприятий, предназначенных для передачи информации Потребителю о Продукции, Поставщике и Производителях, а также о Субъекте ТПС, как продавце Продукции.

**Сервисный центр** - субъект ТПС, обеспечивающий Сервисное сопровождение Продукции, его Предпродажную подготовку, техническое обслуживание и ремонт.

**Сервисное сопровождение** - организация и проведение гарантийного и послегарантийного ремонта, плановых технических обслуживаний в течение всего срока эксплуатации Продукции. Сервисное сопровождение Продукции включает также мониторинг её в процессе эксплуатации Потребителями.

**Предпродажная подготовка** - подготовка Продукции к продаже и эксплуатации, а также консультирование и обеспечение Потребителей в случае необходимости соответствующей документацией.

**Гарантийное обслуживание** - совокупность безвозмездных для Потребителя работ, необходимых для обеспечения непрерывной эксплуатации Продукции в гарантийный период, предусмотренный Производителем.

**Постгарантийное обслуживание** - совокупность возмездных для Потребителя работ, необходимых для обеспечения непрерывной эксплуатации Продукции.

Иные определения, не указанные выше, трактуются исходя из контекста, в котором они используются в настоящем Положении

### **3. Область применения и срок действия**

3.1. Настоящая Политика распространяется на продукцию, реализуемую Поставщиком, и является обязательной для всех субъектов ТПС.

3.2. Настоящая Политика разработана с учетом требований антимонопольного законодательства ЕАЭС, Положения о товаропроводящей сети белорусских организаций за рубежом, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 24.02.2012 № 183 и других нормативных правовых актов.

3.3. Условия настоящей Политики могут корректироваться изменениями и дополнениями к настоящей Политике.

3.4. В случае изменения законодательства Республики Беларусь (далее - РБ) и возникновения противоречий между настоящим Политикой и законодательством РБ, связанных с такими изменениями, приоритет имеет законодательство РБ, с последующим внесением изменений в настоящую Политику.

3.5. Данная Политика, все изменения и дополнения к настоящей Политике утверждаются приказом генерального директора ОАО «УКХ «ММЗ» (либо лицом его замещающим).

3.6. Настоящая Политика вступает в силу с 10.04.2023.

#### **4. Цели и принципы настоящей Политики**

4.1. Политика разработана с целью повышения эффективности реализации и продвижения Продукции на товарные рынки в рамках создания ТПС, защиты экономических интересов, а также поддержания и укрепления положительного имиджа Поставщика и Производителя.

4.2. Достижение указанных целей осуществляется путем решения следующих задач:

поиска деловых партнёров (Дилеров, партнеров, предприятий промышленной сборки), которые будут осуществлять реализацию Продукции и заключение с ними Дилерских, партнерских соглашений (договоров), соглашений (договоров) о сотрудничестве;

максимального приближения продукции к Потребителю;

внедрения системы мотивации субъектов ТПС с учетом выполнения обязательств, оценки коммерческого и технического потенциала, эффективности продвижения бренда;

разработки и проведения ценовой политики, с учетом требований рынка и экономической эффективности для Поставщика и Производителя;

разработки и проведения активной рекламной деятельности и обеспечения узнаваемости;

постоянного сбора маркетинговой информации в регионах и оперативного реагирования на изменение конъюнктуры рынка;

изучения, учета требований и ожиданий Потребителя к Продукции.

#### **5. Принципы работы. Порядок формирования ТПС**

5.1. Настоящей Политикой определены следующие каналы распределения Продукции, реализуемой Поставщиком на внутреннем и внешних рынках:

- Предприятия промышленной сборки;
- Дилеры по реализации двигателей и запасных частей;
- Дилеры по реализации специальной техники;
- Сервисные центры (взаимодействие с Поставщиком осуществляется на условиях, определенных Сервисной политикой);
- Торгующие организации;
- Потребители.

5.2. К субъектам ТПС относятся следующие каналы распределения Продукции:

- Дилеры по реализации двигателей и запасных частей;
- Дилеры по реализации специальной техники;
- Сервисные центры (взаимодействие с Поставщиком осуществляется на условиях, определенных Сервисной политикой).

5.3. Поставщиком устанавливается одноуровневая структура ТПС с дифференцированным подходом по условиям сотрудничества:

- Поставщик - Дилер по реализации двигателей и запасных частей;
- Поставщик - Дилер по реализации специальной техники;
- Поставщик - Сервисный центр (взаимодействие с Поставщиком осуществляется на условиях, определенных Сервисной политикой).

5.4. Поставщик формирует ТПС и определяет её структуру, необходимое количество субъектов ТПС. Решение о создании (ликвидации) субъекта ТПС принимает Поставщик, путем внесения соответствующих изменений в Реестр субъектов ТПС.

5.5. Концепция построения товаропроводящей сети Поставщика базируется на избирательном подходе к выбору бизнес-партнеров. Основными критериями выбора являются их известность и положение на рынке, уровень обслуживания клиентов, а также другие факторы, позволяющие оценить потенциал будущих партнеров.

5.6. Процедура присвоения статуса Дилера Поставщика осуществляется в следующем порядке:

5.6.1. Субъект хозяйствования, изъявивший желание стать Дилером, направляет заявку согласно Приложению №1 в адрес Поставщика. Для получения статуса Дилера претендент должен иметь государственную регистрацию предприятия с образованием юридического лица любой формы.

К заявке прилагаются заверенные заявителем копии следующих документов:

- учредительные документы (устав компании и др.);
- свидетельство о регистрации предприятия;
- баланс предприятия за последний отчетный период;
- заполненный паспорт претендента на право быть Дилером Поставщика

согласно Приложению №2.

5.6.2. Поставщик рассматривает полученные заявки и документы. Для более полного представления о претенденте Производитель направляет своего специалиста, который на месте знакомится с материальной базой, коммерческим и техническим персоналом претендента и делает письменное заключение о готовности претендента быть Дилером Поставщика.

5.6.3. Срок рассмотрения обращения Поставщиком не более 30 дней. Не позднее указанного срока Поставщик направляет претенденту письменное сообщение о готовности заключить Дилерский договор. Не позднее 15 дней с даты принятия решения с претендентом заключается Дилерский договор.

5.6.4. В случае отказа работать с заявителем, ему по электронной почте направляется ответ с объяснением причины отказа, предоставленные документы возвращаются.

5.6.5. Дилерский договор заключается на 1 год, может быть продлен после окончания срока действия путем заключения дополнительного соглашения.

5.6.6. После подписания договора Дилеру выдается свидетельство Дилера.

5.6.7. Производитель ежегодно утверждает реестр субъектов ТПС и дополняет его в течение года. Реестр Субъектов ТПС размещается на официальном сайте Поставщика.

## **6. Права и обязанности Поставщика и субъектов ТПС**

### **6.1. Обязанности Поставщика:**

6.1.1. Обеспечить полное и своевременное выполнение заявок субъектов ТПС на Продукцию по номенклатуре и объёмам. Предоставлять субъектам ТПС полную и подробную информацию о производимой и планируемой к производству Продукции. Уведомлять субъекты ТПС об изменениях в составе Продукции и выпуске новых изделий не позднее, чем за месяц до начала коммерческих поставок.

6.1.2. Разрабатывать ПЦ на основе конкурентных материалов с учётом мнения субъектов ТПС.

6.1.3. Организовывать и проводить обучение коммерческих и Сервисных специалистов субъектов ТПС в соответствии с графиком обучения и на основании заявок ТПС. Обучение сервисных специалистов ТПС осуществляется на условиях, определенных Сервисной политикой.

6.1.4. Обеспечивать субъекты ТПС эксплуатационной документацией, необходимой для Сервисного сопровождения Продукции и ее предпродажной подготовки.

6.1.5. Оказывать необходимую методическую и техническую помощь ТПС при участии/проведении ими выставок, презентаций и демонстрации Продукции, работе с Потребителями.

### **6.2. Права Поставщика:**

6.2.1. Осуществлять общее руководство и контроль по вопросам ценообразования, Сервисного сопровождения, рекламы, организации выставочной деятельности, компетентности специалистов в области продаж и Сервисного обслуживания.

6.2.2. Контролировать реализацию субъектами ТПС Продукции Потребителям по ценам не ниже ПЦ (в том числе с выездом на место и проверкой оригиналов документов, подтверждающих цену реализации).

6.2.3. Проверять достоверность информации, предоставляемой субъектами ТПС.

6.2.4. Проверять наличие Продукции на складах у субъектов ТПС.

### **6.3. Обязанности субъекта ТПС:**

6.3.1. Производить закупку Продукции у Поставщика в объемах, не менее согласованных соответствующими приложениями к Дилерскому договору.

6.3.2. Собственными силами или с привлечением третьих лиц, аттестованных Поставщиком, осуществлять Сервисное сопровождение реализованной Продукции.

6.3.3. Принимать активное участие в выставках и других мероприятиях, способствующих продвижению Продукции и Поставщика.

6.3.4. Проводить маркетинговые исследования и анализ конъюнктуры рынка аналогичной Продукции и представлять информацию Поставщику.

6.3.5. Действовать в соответствии с настоящей Политикой, другими стандартами и задачами, установленными Поставщиком.

6.3.6. Иметь квалифицированный коммерческий, Сервисный и иной персонал, прошедший необходимую подготовку. Совместно с Поставщиком регулярно проводить его обучение и повышение квалификации.

6.3.7. Соблюдать и сохранять интересы Поставщика. Своевременно информировать Поставщика о любом нарушении или неправомерном использовании любым лицом патентов, товарных знаков и авторских прав Поставщика.

### **6.4. Права субъектов ТПС:**

6.4.1. Использовать в рекламных целях товарные знаки Поставщика.

6.4.2. Получать от Поставщика информацию, необходимую для исполнения своих обязательств.

6.4.3. Вносить свои предложения по совершенствованию работы ТПС, Поставщика и его структурных подразделений.

## **7. Управление каналом распределения продукции**

7.1. Общее руководство и координацию деятельности при взаимодействии с каналами распределения Продукции осуществляется заместителем генерального директора по маркетингу Поставщика, либо лицом, исполняющим обязанности.

7.2. Взаимоотношения между Поставщиком и каналами распределения продукции строятся на основе договоров, заключённых сторонами, в соответствии с условиями настоящей Политики, нормативно-правовых актов Республики Беларусь.

7.3. Оперативное управление деятельностью каналов распределения Продукции осуществляют соответствующие управления реализации Поставщика.

## ЗАЯВКА

Прошу рассмотреть возможность заключения Дилерского договора между ОАО «Управляющая компания холдинга «МИНСКИЙ МОТОРНЫЙ ЗАВОД» (далее - ОАО «УКХ «ММЗ»)) и с целью:

(наименование организации)

- получения права на продажу двигателей, специальной техники (дизель-генераторных станций, компрессорных станций, дизель-насосных станций), выпускаемых Производителем, запасных частей производимых Производителем или организациями, осуществляющими поставки этих агрегатов, узлов и деталей Производителю для их использования в процессе производства продукции и ее Сервисного сопровождения (подчеркнуть нужное).

- получения права на осуществление Сервисного сопровождения продукции производства ОАО «УКХ «ММЗ»;

- получения права на представление интересов, продвижения бренда ОАО «УКХ «ММЗ» на территории(напр. Российская Федерация, Республика Казахстан и т.д.).

Согласны организовать и обеспечить деятельность своего предприятия в соответствии с Коммерческой политикой ОАО «Управляющая компания холдинга «МИНСКИЙ МОТОРНЫЙ ЗАВОД».

Перечень прилагаемых документов, характеризующих наше предприятие (согласно Реестру)

---

Генеральный директор (директор) \_\_\_\_\_ ( )  
(подпись) (ФИО)

ПАСПОРТ  
ПРЕТЕНДЕНТА НА ПРАВО БЫТЬ ДИЛЕРОМ  
ОАО «Управляющая компания холдинга «МИНСКИЙ МОТОРНЫЙ ЗАВОД»

1 .Полное наименование компании

2 .Почтовый адрес

Телефон \_\_\_\_\_

Е-таП \_\_\_\_\_

Сайт \_\_\_\_\_

3 .Банковские реквизиты:

4 .Руководство компании (ФИО, телефон):

ген.директор/директор;

гл.бухгалтер;

руководитель Сервисной службы

5 .Наличие дочерних предприятий, филиалов, представительств, обособленных структурных подразделений, их местоположение

6.Основные виды деятельности

7 .Характеристика складских/выставочных площадей (собственные/арендованные):

для хранения/экспозиции двигателей/спец.техники (кв.м.): откр/закр.площадка;

для хранения запчастей (кв.м.); \_\_\_\_\_

наличие охраны; наличие подъездных путей.

8 .Характеристики Сервисного потенциала:

площади для проведения Сервисного обслуживания (кв.м.);

количество технического персонала (чел.);

количество Сервисных автомобилей (ед.).

9 . Планируемый годовой/квартальный/месячный объем реализации.

10 .Дополнительная информация:

---

Руководитель компании

М.П.