

The background features decorative elements consisting of overlapping circles in the corners. In the top-right corner, there are two overlapping circles, one light gray and one white. In the bottom-left corner, there are three overlapping circles, one light gray and two white. The text is centered in the middle of the page.

**ПОЛИТИКА
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ АО «РЕФСЕРВИС»**

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ГЛОССАРИЙ.....	3
2.	ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И СРОК ДЕЙСТВИЯ.....	4
3.	ЦЕЛИ ПОЛИТИКИ.....	4
4.	СОСТАВ УСЛУГ И ПОРЯДОК ИСЧИСЛЕНИЯ ТАРИФОВ В АО «РЕФСЕРВИС».....	5
5.	ВИДЫ ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ СКИДОК.....	7
6.	ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЦЕНЫ НА УСЛУГИ АО «РЕФСЕРВИС» (МАРКЕТИНГОВЫЙ ПРОГНОЗ ЦЕНЫ НА УСЛУГИ НА ГОД И ПОКВАРТАЛЬНО).....	8
7.	ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ КРЕДИТНЫХ ЛИМИТОВ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ (ОТСРОЧКИ ПЛАТЕЖЕЙ).....	9
8.	ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ.....	10
9.	ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ АО «РЕФСЕРВИС».....	11

1. ГЛОССАРИЙ

АО «Рефсервис» – акционерное общество «Рефсервис», зарегистрированное 01 мая 2006 г.

ТЛУ – транспортно-логистические услуги АО «Рефсервис», в том числе, услуги по предоставлению подвижного состава и контейнеров под перевозки, транспортно-экспедиционные услуги.

Сквозная/комплексная ставка – цена на услугу (совокупность услуг), оказываемую АО «Рефсервис» или совместно с поставщиками сопутствующих услуг.

Ресурсы АО «Рефсервис» – совокупность принадлежащих (на праве собственности, аренды или ином праве) АО «Рефсервис» активов (терминалы, вагоны, контейнеры, автомобили и др.), финансовых, людских, информационных ресурсов, участвующих в транспортно-логистическом обслуживании клиентов.

ЦКО – постоянно действующий Ценовой комитет Общества АО «Рефсервис», который создается для формирования политики ценообразования и определения иных условий организации исполнения ТЛУ при максимизации доходов. Состав членов ЦКО утверждается приказом генерального директора общества.

Клиент – юридическое лицо, предприниматель без образования юридического лица либо физическое лицо, находящиеся, или вступающее в гражданско-правовые отношения с одной или несколькими компаниями АО «Рефсервис» в целях получения услуг, связанных с перевозкой и терминальной обработкой грузов.

Соисполнитель – физическое или юридическое лицо, которое выступает исполнителем части предоставляемых клиенту в соответствии с договором с АО «Рефсервис».

Скидка (надбавка) – способ стимулирования Клиента, выраженный в денежной или процентной величине изменения тарифов на услуги, который обеспечивает получение дополнительной прибыли АО «Рефсервис» за счёт увеличения рентабельности, привлечения дополнительного объёма оказываемых услуг или сокращения расходов, связанных с порожним перемещением подвижного состава или транспортного оборудования. Также в целях привлечения клиентов возможно предоставление преференций в виде льготных суток по использованию вагона или контейнера АО «Рефсервис». Вопросы по установлению скидок/надбавок рассматриваются членами ЦКО.

Кредитный лимит дебиторской задолженности (отсрочка платежа) – способ стимулирования Клиента, выраженный в периоде времени, в рамках которого АО «Рефсервис» обеспечивает оказание услуг Клиенту без получения предварительной оплаты. Решение о предоставлении отсрочки платежей принимается членами комиссии в соответствии с процедурами, указанными в Положении о предоставлении отсрочки платежей по договорам об оказании услуг, связанных с перевозками.

2. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И СРОК ДЕЙСТВИЯ

- 2.1. Политика ценообразования АО «Рефсервис» (далее – Политика) – совокупность связанных между собой правил, норм и ограничений, в рамках которых в АО «Рефсервис» реализуется бизнес-процесс «Формирование тарифов и ставок на услуги АО «Рефсервис»».
- 2.2. Политика обязательна к исполнению руководителями и сотрудниками АО «Рефсервис».
- 2.3. Политика является основанием для разработки внутренних нормативных документов (методик, регламентов, бизнес-процессов тарифообразования, положений и др.) АО «Рефсервис».
- 2.4. Политика действует до момента принятия новой ценовой политики.

3. ЦЕЛИ ПОЛИТИКИ

- 3.1. При формировании Политики учитываются следующие стратегические цели:
 - 3.1.1. рост объёма оказываемых ТЛУ;
 - 3.1.2. рост показателей прибыльности (рентабельности).
 - 3.2. Цели Политики основаны на реализации стратегических задач за счёт:
 - 3.2.1. роста операционной эффективности;
 - 3.2.2. оптимизации расходов по услугам соисполнителей;
 - 3.2.3. увеличения объёма продаваемых услуг АО «Рефсервис» по сквозной/комплексной ставке.
 - 3.3. Целями Политики являются:
 - 3.3.1. поддержание конкурентных цен на услуги АО «Рефсервис»;
 - 3.3.2. увеличение объёмов продаж ТЛУ;
 - 3.3.3. увеличение прибыли от деятельности АО «Рефсервис»;
 - 3.3.4. обеспечение плановой рентабельности деятельности АО «Рефсервис»;
 - 3.3.5. оптимизация издержек на осуществление порожних перемещений подвижного состава и транспортного оборудования по регулировочному заданию.
 - 3.4. В целях совершенствования Политики ценообразования на услуги, оказываемые компанией АО «Рефсервис», функционирует ЦКО. В состав ЦКО входят сотрудники ЦА АО «Рефсервис».
- К компетенции ЦКО относятся:
- оперативное формирование цен (тарифов, ставок, сборов) на услуги, оказываемые АО «Рефсервис»;
 - формирование основных направлений в области ценообразования на долгосрочную и среднесрочную перспективу, а также разработка методических документов по формированию цен (тарифов, ставок, сборов) на услуги, оказываемые АО «Рефсервис».

4. СОСТАВ УСЛУГ И ПОРЯДОК ИСЧИСЛЕНИЯ ТАРИФОВ В АО «РЕФСЕРВИС»

4.1. Состав услуг АО «Рефсервис»:

- 4.1.1. услуги по оплате железнодорожного тарифа;
- 4.1.2. услуги по предоставлению подвижного состава (ИБ-термосы, вагоны-термосы, рефрижераторные секции) для перевозки на условиях поставки «станция-станция» (FOR-FOR);
- 4.1.3. услуги по предоставлению вагона для перевозки собственных рефрижераторных контейнеров заказчика на условиях поставки «терминал-терминал» (FOR-FOR);
- 4.1.4. услуги по предоставлению вагона и рефрижераторного контейнера собственности (или принадлежащем на ином праве) АО «Рефсервис» на условиях поставки «терминал-терминал» (FOR-FOR) и «дверь-дверь» (DOOR-DOOR);
- 4.1.5. услуги соисполнителей (по обработке контейнеров на терминалах, морских линий и др);
- 4.1.6. услуги автоперевозки привлеченным автопарком;
- 4.1.7. услуги транспортно-экспедиционного обслуживания;
- 4.1.8. транспортно-логистические услуги при организации перевозок смешанными видами транспорта (железнодорожно-водное сообщение);
- 4.1.9. организация перевозок в Ускоренных Рефрижераторных Поездах (УРП).

4.2. Порядок исчисления тарифов на услуги определяются на основании следующих правил:

- 4.2.1. тарифы на услуги по предоставлению вагонов и/или контейнеров при формировании ставки клиенту устанавливаются ЦКО на основании данных отдела продаж;
- 4.2.2. при формировании базового тарифа по предоставлению вагона и/или контейнера принимается единый алгоритм, включающий нормативы по суточной доходности вагона и расходам на перемещение порожнего вагона или контейнера;
- 4.2.3. при определении базовых тарифов на терминальные услуги и сопутствующие услуги (автодоставка, услуги складов временного хранения и др.) формируются комплексные ставки, содержащие набор услуг, необходимых для приема/отправки вагона или контейнера;
- 4.2.4. тарифы на услуги соисполнителей определяются согласно договоров, заключенных с компаниями-поставщиками сопутствующих услуг с учётом стоимости оборудования за время нахождения под операциями;
- 4.2.5. для тарифов, уровень которых не ограничивается базовыми ставками, предусматривается возможность применения скидок/надбавок по определенному перечню критериев;
- 4.2.6. предоставление скидок/надбавок и иных преференций входит в компетенцию Ценового Комитета Общества.

4. СОСТАВ УСЛУГ И ПОРЯДОК ИСЧИСЛЕНИЯ ТАРИФОВ В АО «РЕФСЕРВИС»

4.3. Разделение платы за инфраструктуру, вагонной и контейнерной составляющих в ставках.

Структура ставки оператора по предоставлению подвижного состава (ИВ-термосы, вагоны-термосы, рефрижераторные секции) и/или контейнера Общества состоит из следующих составляющих:

- вагонная составляющая (расходы на содержание вагона с учётом рентабельности в периоде оказания услуги с учётом сроков использования вагона, в т.ч. при осуществлении порожнего перемещения);
- контейнерная составляющая (расходы на содержание контейнера с учётом рентабельности в периоде оказания услуги с учётом сроков использования контейнера, в т.ч. при осуществлении порожнего перемещения);
- составляющая на затраты на регулировку (контейнерная или повагонная отправка);
- плата за инфраструктуру (определяется Прейскурантом № 10-01 для собственного подвижного состава, рефрижераторных контейнеров).

Учитывая, что вагонная и контейнерная составляющая формируются в тарифе отдельно с учётом содержания вагона и контейнера в сутки (условно постоянные расходы) и логистических параметров (время в груженом и порожнем состоянии), то разделение тарифа оператора сводится к разделению составляющей на регулировку, которая закладывается на комплект.

4.4. Информация о действующих базовых тарифах общества размещается на официальном сайте Общества в разделе «Перевозка грузов».

5. ВИДЫ ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ СКИДОК

В АО «Рефсервис» при формировании сквозной/комплексной ставки предусматривается предоставление следующих видов базовых скидок/надбавок:

- скидки за объём перевозки;
- скидки/надбавки в зависимости от направления (маршрута) перевозки;
- сезонные скидки/надбавки;
- скидки на перевозки определенного наименования груза;
- скидки/надбавки на перевозки в составе Ускоренного Рефрижераторного Поезда;
- скидки на перевозки в составе кругорейса;
- сервисные контракты (фиксированная годовая ставка без учёта различных факторов на гарантированный объём).

5.1. Объёмные скидки/надбавки

Объёмные скидки/надбавки должны фиксировать зависимость стоимости услуг от объёмов перевозимого груза (вагонов/контейнеров), приобретаемых клиентом, а также последствия невыполнения клиентом обязательств по приобретению установленного объёма услуг.

5.2. Сервисные контракты

Тарифы, устанавливаемые в рамках заключения сервисных контрактов, применяются для клиентов на определенных маршрутах с указанием перечня оказываемых услуг, типов подвижного состава. Преимущественно применяются данные условия на рынке транспортных услуг, где высокая конкуренция с иными собственниками подвижного состава или с альтернативными видами транспорта. Общество предоставляет фиксированную годовую ставку без учёта влияния таких факторов, как сезонность, отправление в Ускоренном Рефрижераторном Поезде и т.п.; Клиент выполняет обязательства по приобретению установленного объёма услуг. Срок действия сервисного контракта – от 1 года и более.

5.3. Сезонные скидки/надбавки

Сезонные скидки/надбавки устанавливаются в зависимости от колебания спроса на услуги в связи с изменениями конъюнктуры рынка транспортных услуг.

Сезонные скидки/надбавки должны определяться календарными датами или периодом времени.

5.4. Порядок рассмотрения вопросов о предоставлении скидок/надбавок

Сотрудники отдела продаж Общества, ответственные за развитие бизнеса с существующими клиентами, а также за ведение продаж новым клиентам, вносят предложения по утверждению, изменению, дополнению тарифов на рассмотрение Ценовому Комитету Общества.

Предложения по утверждению, изменению, дополнению тарифов оформляется в виде служебной записки с указанием экономического расчёта/эффекта, а также в сравнении со ставками иных компаний.

При рассмотрении проектов по предоставлению скидок Ценовым Комитетом принимается во внимание информация о прогнозируемом уровне рыночных цен в определенных сегментах рынка, в т.ч. цен на альтернативные виды транспорта.

6. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЦЕНЫ НА УСЛУГИ АО «РЕФСЕРВИС»

6.1. В целях обеспечения эффективности продаж и конкурентоспособности ставок на услуги, предоставляемые Обществом, ценообразование устанавливается коридором между базовым тарифом (на основании себестоимости и нормы рентабельности) и рыночной ценой.

6.2. Определение рыночных цен осуществляется путем мониторинга и анализа информации по следующим основным направлениям:

- цены на сопоставимые услуги конкурентов;
- цены альтернативных маршрутов и видов транспорта;
- спрос и ёмкость рынка;
- эластичность спроса.

Принимая во внимание, что оценка показателей, связанных с рыночной ценой и спросом, зависит от множества факторов, прогнозирование рыночных цен в большинстве случаев возможно в средних величинах на краткосрочный период (с установлением допустимой нормы отклонения).

6.3. Для установления горизонтов прогнозирования цен на отдельные виды услуг и сквозные ставки определяются рыночные кластеры и тарифные зоны исходя из:

- уровня спроса;
- уровня конкуренции;
- баланса грузопотоков вагонов, контейнеров и др.

6.4. Проведение мероприятий, связанных с прогнозированием цен, проводится совместно с поставщиками сопутствующих (терминальных) услуг, услуг автомобильного, водного транспорта и т.д.

6.5. Прогнозирование рыночных цен на международные перевозки и услуги сквозной логистики осуществляется на тех же принципах.

7. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ КРЕДИТНЫХ ЛИМИТОВ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ (ОТСРОЧКИ ПЛАТЕЖЕЙ)

7.1. Отсрочка оплаты услуг предоставляется для клиентов АО «Рефсервис», принимается решением комиссии по рассмотрению отсрочки платежей и утверждается генеральным директором.

7.2. Состав Комиссии утверждается решением генерального директора АО «Рефсервис».

7.3. Порядок предоставления отсрочки платежей единый для всех клиентов.

7.4. Процедуры, указанные в Положении о предоставлении отсрочки платежей по договорам об оказании услуг, связанных с перевозками обеспечивают:

- единые для АО «Рефсервис» подходы при принятии решений о предоставлении клиентам-потребителям транспортно-экспедиторских услуг отсрочки платежей.
- эффективную работу с дебиторской задолженностью.
- устанавливает критерии для оценки целесообразности предоставления лимита клиенту.

7.5. Критерии принятия решения о целесообразности предоставления отсрочки платежей:

- история и срок работы с Клиентом;
- соблюдение Клиентом условий предоставления лимитов в предыдущих периодах, отсутствие фактов нарушений платежной дисциплины и отсутствие неурегулированных разногласий;
- прогноз объема перевозок и суммы заказов Клиента;
- положительная динамика по объемам перевозок Клиента;
- положительный результат предварительного анализа финансовой отчетности;
- наличие банковской гарантии, иных обеспечительных инструментов;
- благонадежность клиента;
- увеличение доли перевозок Компании в общем объеме перевозок Клиента;
- категория клиента (производитель, торговая компания (трейдер), экспедитор);
- другие существенные факторы.

8. ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

- 8.1. В целях оценки эффективности реализации политики ценообразования ЦКО по мере необходимости проводится анализ тарифов и продаж и выносятся на рассмотрение отчёт о результатах работы и ценовые предложения.
- 8.2. В рамках проводимого отчёта оцениваются следующие параметры:
- 8.2.1. эластичность тарифообразования в сегменте рынка к объёму перевозок;
 - 8.2.2. маржинальный доход по перевозкам в целевых сегментах;
 - 8.2.3. точность прогноза цены на услуги, которая оценивается путём сравнения фактических цен периода от плановых;
 - 8.2.4. конкурентоспособность цены на услуги, которая оценивается динамикой доли рынка в отчётном периоде по отношению к плановым показателям и показателям прошлых периодов;
 - 8.2.5. эффективность предоставляемых скидок и отсрочки платежа, которая оценивается анализом экономического эффекта от установленных скидок/надбавок и отсрочки платежа, а также оценки полноты выполнения заявленных клиентом обязательств.
- 8.3. Результаты проводимого отчёта являются основанием для приостановления или продления действия специальных тарифных условий и принципов взаиморасчёта с клиентами.

9. ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ АО «РЕФСЕРВИС»

Базовые принципы программы лояльности АО «Рефсервис»

В рамках построения клиентоориентированной политики Компания предоставляет наиболее оптимальные условия перевозок для клиентов, готовых гарантировать Компании стабильный объем отправок, руководствуясь принципами существующей программы лояльности АО «Рефсервис».

Реализация программы лояльности АО «Рефсервис» носит долгосрочный характер, учитывает долгосрочные тренды развития рынка и обеспечивает достижение стратегических целей Компании:

- лидерство в сегменте железнодорожных перевозок грузов, требующих поддержание температурного режима
- обеспечение конкурентных преимуществ Компании
- создание ценовых стимулов для устойчивого развития Компании и её отношений с клиентами
- продвижение маржинальных каналов реализации услуг
- маржинальная доходность на вагон выше рынка

Помимо долгосрочных целей реализация программы лояльности АО «Рефсервис» обеспечивает решение оперативных задач:

- согласование с клиентами ставок, обеспечивающих максимальную прибыль Компании с учетом рыночной конъюнктуры
- эффективное управление ценами в условиях волатильности на рынке
- увеличение объема продаж услуг в периоде

Реализация программы лояльности АО «Рефсервис» основана на использовании следующих функций:

1. Мониторинг рыночной конъюнктуры и ценовой политики конкурентов
2. Экономическая оценка технологических и коммерческих условий работы с клиентом, их учет в ценовой политике
3. Поиск возможностей сокращения транспортных расходов клиента с получением эффектов для Компании (оптимизация технологии, получение КИТов и др.)
4. Регулярная оценка рисков ценовой политики

Программа лояльности позволяет клиентам влиять на стоимость перевозки и предполагает изменение базового уровня ставки в зависимости от количества погруженных вагонов, времени использования подвижного состава, объема перевозок, доли участия вагонов АО «Рефсервис» в погрузке клиента и от других факторов.

Программа лояльности позволяет АО «Рефсервис» сохранять и расширять грузовую базу и формирует возможности для увеличения доли на рынке и финансирования закупок подвижного состава.

Базовая формула расчета вознаграждения:

$$T_n = (T_{оп} - T_{груз} - T_{пор}) * K_d * K_l$$

T_n- ставка вознаграждения, руб без НДС

T_{оп} – тариф общего парка, руб без НДС

T_{груз} – тариф груженный для собственных вагонов, руб без НДС

T_{пор} – тариф порожний, руб без НДС

K_d – коэффициент дорог

K_л – коэффициент лояльности.

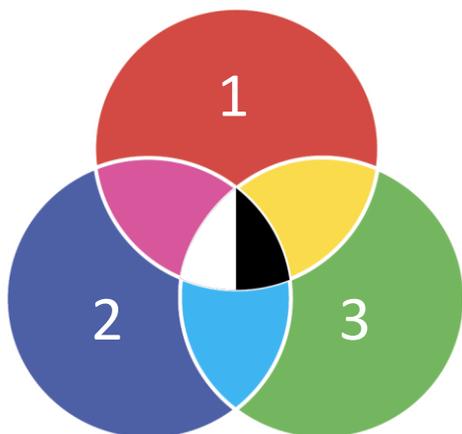
Коэффициент дорог (K_d) – переменная величина, зависящая от:

- Дороги отправления
- Дороги назначения
- Класса перевозимого груза (2 класс, 3 класс)
- Типа подвижного состава (ИВ, ВТ)

В рамках существующей в АО «Рефсервис» программы лояльности можно выделить

8 типов лояльности (3 базовых и 5 смешанных)

Базовые:

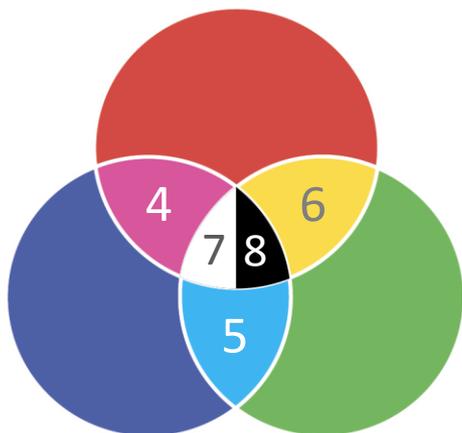


№1 – «Красный»

№2 – «Синий»

№3 – «Зеленый»

Смешанные:



№4 – «Пурпурный»

№5 – «Бирюзовый»

№6 – «Желтый»

№7 – «Белый»

№8 – «Чёрный»

Коэффициент лояльности (Кл) –

переменная величина, определяемая для каждого типа лояльности, на основании комплекса производственных, маркетинговых, экономических и др. параметров, представленных, в том числе, ниже, по формуле:

$$\text{Кл} = [0,5.. 1,5]$$

$$\text{Кл} = \frac{\sum_i^n (A_i * x_i)}{\sum(i)}, \text{ где}$$

Кл – коэффициент лояльности, соответствующий определенному типу программы лояльности

A_i – вес параметра рассматриваемого

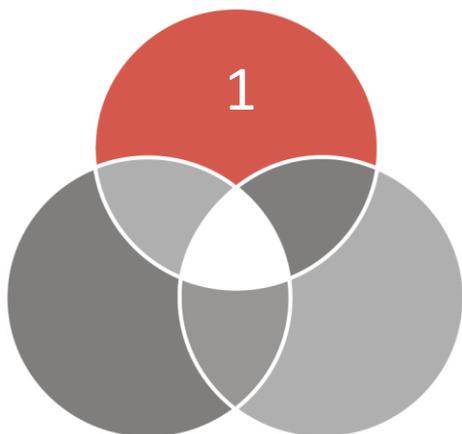
в рамках типа лояльности

x_i – коэффициент дисконта

n – количество параметров, рассматриваемых для каждого типа лояльности

Например, для первого типа лояльности «Красный» искомый коэффициент первого параметра «простой под погрузкой/выгрузкой, сут.», можно рассчитать по следующей формуле:

$$x(1) = \begin{cases} t_{\text{пр}} < 3 = 0,5 \\ t_{\text{пр}} \in [3.. 7] = 0,9 \\ t_{\text{пр}} \in (7.. 10] = 1,2 \\ t_{\text{пр}} > 10 = 1,5 \end{cases}$$

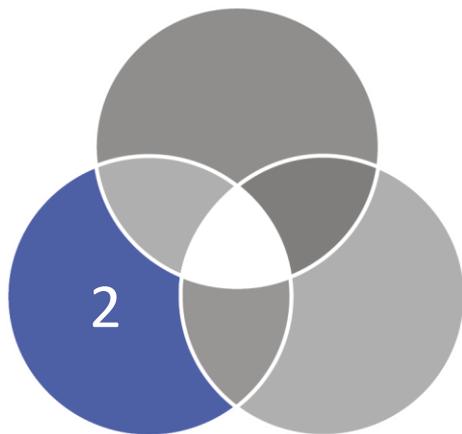


Базовый тип лояльности №1 – «Красный»

(применяется для клиентов, договорные отношения с которыми предусматривают фиксированную цену).



1. Простои под погрузкой, сут.
2. Простои под выгрузкой, сут.
3. Затраты на подсыл порожнего вагона под погрузку, руб.
4. Порожний пробег после выгрузки, руб.
5. Оборот вагона фактический, сут.
6. Оборот вагона прогнозный, сут.
7. Доля Общества в погрузке клиента на рынке ж/д, %
8. Динамика изменения доли Общества в погрузке клиента по годам, %
9. Доля клиента на рынке в общих перевозках грузов на жд рынке, %
10. Объём перевозок клиента в погрузке Общества
11. Региональная сегментация (бизнес-кластеры)
12. Оценка целесообразности перевозки с точки зрения экономии затрат на порожний отвод под следующую погрузку (оперативная география перевозок)
13. Грузовладелец (да/нет)
14. Тип груза (профиль 1 рода, профиль 2 рода, профиль 3 рода, непрофильные продовольственные грузы, непрофильные непродовольственные грузы)
15. Статус клиента для Общества (новая компания, работаем менее 1 года, работаем более 1 года)
16. Комплексная оценка рисков экономической безопасности:
 - 16.1 Связи компании
 - 16.2 Прозрачность компании
 - 16.3 Собственники, учредители
 - 16.4 Финансовая отчётность, оценка платёжеспособности, финансовые риски
17. Средняя доходная ставка по клиенту в сравнении с планируемой доходной ставкой на вагон в бюджете Общества
18. Анализ доходной ставки по клиенту по сезонности, ежемесячно
19. Оценка дебиторской задолженности
20. Оценка коэффициентов совместимости по бизнес-сегментам (география производства и перевозок в разрезе грузов)
21. Прогноз макроэкономических показателей на период фиксирования цены (уровень инфляции, уровень индексации жд тарифа и т.д.)



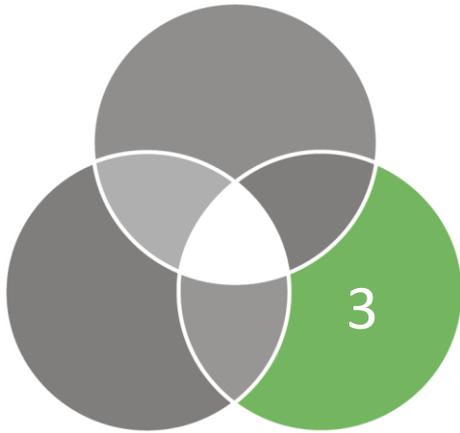
Базовый тип лояльности №2 –

«Синий»

(применяется для клиентов, договорные отношения с которыми предусматривают гарантированные объемы погрузки).



1. Простои под погрузкой, сут.
2. Простои под выгрузкой, сут.
3. Затраты на подсыл порожнего вагона под погрузку, руб.
4. Порожний пробег после выгрузки, руб.
5. Оборот вагона фактический, сут.
6. Оборот вагона прогнозный, сут.
7. Доля Общества в погрузке клиента на рынке ж/д, %
8. Динамика изменения доли Общества в погрузке клиента по годам, %
9. Доля клиента на рынке в общих перевозках грузов на жд рынке, %
10. Доля гарантированного объёма погрузки в общем объёме погрузки клиента, %
11. Доля гарантированного объёма погрузки в объёме погрузки клиента в ИПС, %
12. Объём перевозок клиента в погрузке Общества
13. Региональная сегментация (бизнес-кластеры)
14. Оценка целесообразности перевозки с точки зрения экономии затрат на порожний отвод под следующую погрузку (оперативная география перевозок)
15. Грузовладелец (да/нет)
16. Тип груза (профиль 1 рода, профиль 2 рода, профиль 3 рода, непрофильные продовольственные грузы, непрофильные непродовольственные грузы)
17. Статус клиента для Общества (новая компания, работаем менее 1 года, работаем более 1 года)
18. Комплексная оценка рисков экономической безопасности:
 - 18.1 Связи компании
 - 18.2 Прозрачность компании
 - 18.3 Собственники, учредители
 - 18.4 Финансовая отчётность, оценка платёжеспособности, финансовые риски
19. Средняя доходная ставка по клиенту в сравнении с планируемой доходной ставкой на вагон в бюджете Общества
20. Оценка дебиторской задолженности
21. Оценка коэффициентов совместимости по бизнес-сегментам (география производства и перевозок в разрезе грузов)



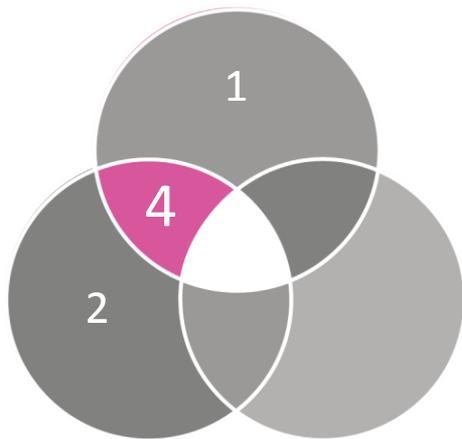
Базовый тип лояльности №3 – «Зеленый»

(применяется для клиентов, договорные отношения с которыми предусматривают разделение базовой цены на вагонную и логистическую составляющие).



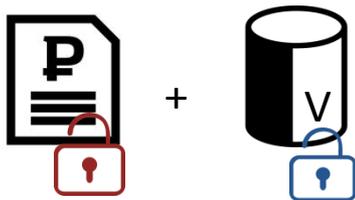
1. Простои под погрузкой, сут.
2. Простои под выгрузкой, сут.
3. Затраты на подсыл порожнего вагона под погрузку, руб.
4. Порожний пробег после выгрузки, руб.
5. Баланс подвижного состава в регионе погрузки (дефицит/профицит вагонов)
6. Оборот вагона, сут.
7. Коэффициент полезного использования грузоподъёмности подвижного состава (в сравнении с ИПС и прочими ПС)
8. Доля Общества в погрузке клиента на рынке ж/д, %
9. Динамика изменения доли Общества в погрузке клиента по годам, %
10. Доля клиента на рынке в общих перевозках грузов на жд рынке, %
11. Объём перевозок клиента в погрузке Общества
12. Региональная сегментация (бизнес-кластеры)
13. Оценка целесообразности перевозки с точки зрения экономии затрат на порожний отвод под следующую погрузку (оперативная география перевозок)
14. Грузовладелец (да/нет)
15. Анкета грузоотправителя:
 - 15.1 вместимость подъездных путей
 - 15.2 график работы маневрового локомотива
 - 15.3 график работы товарной конторы
16. Тип груза (профиль 1 рода, профиль 2 рода, профиль 3 рода, непрофильные продовольственные грузы, непрофильные непродовольственные грузы)
17. Статус клиента для Общества (новая компания, работаем менее 1 года, работаем более 1 года)
18. Комплексная оценка рисков экономической безопасности:
 - 18.1 Связи компании
 - 18.2 Прозрачность компании
 - 18.3 Собственники, учредители
 - 18.4 Финансовая отчётность, оценка платёжеспособности, финансовые риски
19. Средняя доходная ставка по клиенту в сравнении с планируемой доходной ставкой на вагон в бюджете Общества
20. Оценка дебиторской задолженности
21. Оценка коэффициентов совместимости по бизнес-сегментам (география производства и перевозок в разрезе грузов) в рамках тарифной политики клиента по иным перевозкам

4 Смешанный

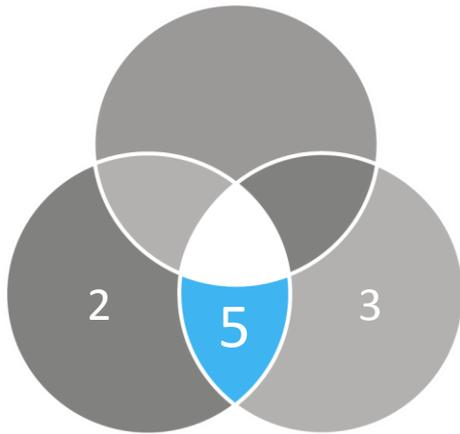


Смешанный тип лояльности №4 – «Пурпурный»

(применяется для клиентов, договорные отношения с которыми предусматривают гарантированные объемы погрузки по фиксированной цене).



1. Простои под погрузкой, сут.
2. Простои под выгрузкой, сут.
3. Затраты на подсыл порожнего вагона под погрузку, руб.
4. Порожний пробег после выгрузки, руб.
5. Оборот вагона фактический, сут.
6. Оборот вагона прогнозный, сут.
7. Коэффициент полезного использования грузоподъёмности подвижного состава (в сравнении с ИПС и прочими ПС)
8. Доля Общества в погрузке клиента на рынке ж/д, %
9. Динамика изменения доли Общества в погрузке клиента по годам, %
10. Доля клиента на рынке в общих перевозках грузов на жд рынке, %
11. Доля гарантированного объёма погрузки в общем объёме погрузки клиента, %
12. Доля гарантированного объёма погрузки в объёме погрузки клиента в ИПС, %
13. Объём перевозок клиента в погрузке Общества
14. Региональная сегментация (бизнес-кластеры)
15. Оценка целесообразности перевозки с точки зрения экономии затрат на порожний отвод под следующую погрузку (оперативная география перевозок)
16. Грузовладелец (да/нет)
17. Тип груза (профиль 1 рода, профиль 2 рода, профиль 3 рода, непрофильные продовольственные грузы, непрофильные непродовольственные грузы)
18. Статус клиента для Общества (новая компания, работаем менее 1 года, работаем более 1 года)
19. Комплексная оценка рисков экономической безопасности:
 - 19.1 Связи компании
 - 19.2 Прозрачность компании
 - 19.3 Собственники, учредители
 - 19.4 Финансовая отчётность, оценка платёжеспособности, финансовые риски
20. Средняя доходная ставка по клиенту в сравнении с планируемой доходной ставкой на вагон в бюджете Общества
21. Анализ доходной ставки по клиенту по сезонности, ежемесячно
22. Оценка дебиторской задолженности
23. Оценка коэффициентов совместимости по бизнес-сегментам (география производства и перевозок в разрезе грузов)
24. Прогноз макроэкономических показателей (уровень инфляции, уровень индексации жд тарифа)

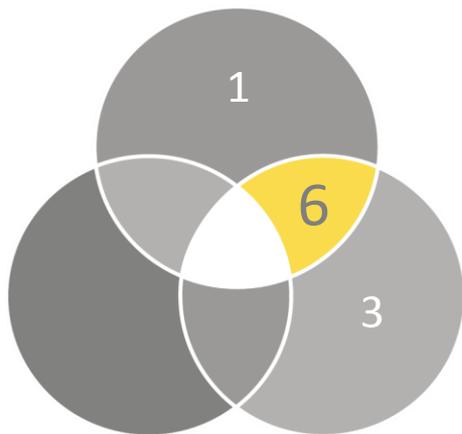


Смешанный тип лояльности №5 – «Бирюзовый»

(применяется для клиентов, договорные отношения с которыми предусматривают разделение базовой цены на вагонную и логистическую составляющие с гарантированным объемом погрузки).

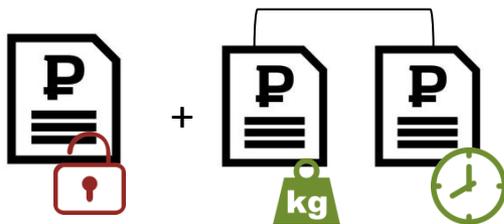


1. Простои под погрузкой, сут.
2. Простои под выгрузкой, сут.
3. Затраты на подсыл порожнего вагона под погрузку, руб.
4. Порожний пробег после выгрузки, руб.
5. Баланс подвижного состава в регионе погрузки (дефицит/профицит вагонов)
6. Оборот вагона фактический, сут.
7. Оборот вагона прогнозный, сут.
8. Коэффициент полезного использования грузоподъёмности подвижного состава (в сравнении с ИПС и прочими ПС)
9. Доля Общества в погрузке клиента на рынке ж/д, %
10. Динамика изменения доли Общества в погрузке клиента по годам, %
11. Доля клиента на рынке в общих перевозках грузов на жд рынке, %
12. Доля гарантированного объёма погрузки в общем объёме погрузки клиента
13. Доля гарантированного объёма погрузки в объёме погрузки клиента в ИПС
14. Объём перевозок клиента в погрузке Общества
15. Региональная сегментация (бизнес-кластеры)
16. Оценка целесообразности перевозки с точки зрения экономии затрат на порожний отвод под следующую погрузку (оперативная география перевозок)
17. Грузовладелец (да/нет)
18. Анкета грузоотправителя:
 - 18.1. вместимость подъездных путей
 - 18.2. график работы маневрового локомотива
 - 18.3. график работы товарной конторы
19. Тип груза (профиль 1 рода, профиль 2 рода, профиль 3 рода, непрофильные продовольственные грузы, непрофильные непродовольственные грузы)
20. Статус клиента для Общества (новая компания, работаем менее 1 года, работаем более 1 года)
21. Комплексная оценка рисков экономической безопасности:
 - 21.1. Связи компании
 - 21.2. Прозрачность компании
 - 21.2. Собственники, учредители
 - 21.3. Финансовая отчётность, оценка платёжеспособности, финансовые риски
22. Средняя доходная ставка по клиенту в сравнении с планируемой доходной ставкой на вагон в бюджете Общества
23. Анализ доходной ставки по клиенту по сезонности, ежемесячно
24. Оценка дебиторской задолженности
25. Оценка коэффициентов совместимости по бизнес-сегментам (география производства и перевозок в разрезе грузов)
26. Прогноз макроэкономических показателей (уровень инфляции, уровень индексации жд тарифа)

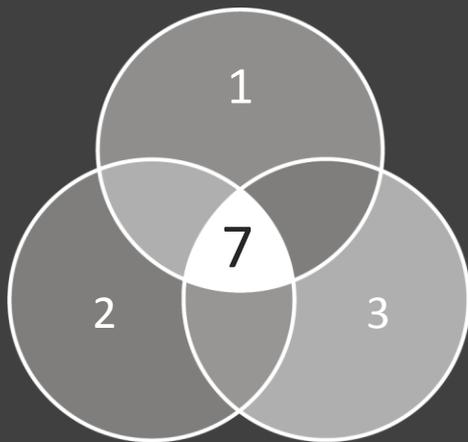


Смешанный тип лояльности №6 – «Желтый»

(применяется для клиентов, имеющих собственный парк подвижного состава).



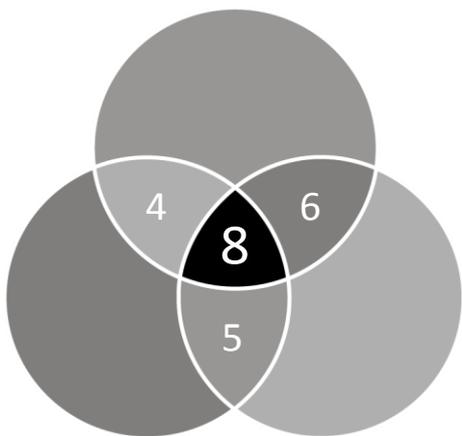
1. Простои под погрузкой, сут.
2. Простои под выгрузкой, сут.
3. Затраты на подсыл порожнего вагона под погрузку, руб.
4. Порожний пробег после выгрузки, руб.
5. Баланс подвижного состава в регионе погрузки (дефицит/профицит вагонов)
6. Оборот вагона, сут.
7. Коэффициент полезного использования грузоподъёмности подвижного состава (в сравнении с ИПС и прочими ПС)
8. Доля Общества в погрузке клиента на рынке ж/д, %
9. Региональная сегментация (бизнес-кластеры)
10. Оценка целесообразности перевозки с точки зрения экономии затрат на порожний отвод под следующую погрузку (оперативная география перевозок) (оперативная география перевозок)
11. Грузовладелец (да/нет)
12. Тип груза по доходности (профиль 1 рода, профиль 2 рода, профиль 3 рода, непрофильные продовольственные грузы, непрофильные непродовольственные грузы)
13. Временной статус клиента для Общества (новая компания, работаем менее 1 года, работаем более 1 года)
14. Анкета грузоотправителя:
 - 14.1 вместимость подъездных путей
 - 14.2 график работы маневрового локомотива
 - 14.3 график работы товарной конторы
15. Комплексная оценка рисков экономической безопасности:
 - 15.1 Связи компании
 - 15.2 Прозрачность компании
16. Собственники, учредители
17. Финансовая отчётность, оценка платёжеспособности, финансовые риски и т.д.
18. Средняя доходная ставка по клиенту и в сравнении с планируемой доходной ставкой на вагон в бюджете Общества
19. Оценка дебиторской задолженности



Смешанный тип лояльности №7 – «Белый»

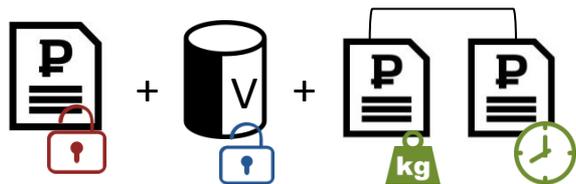
(применяется для клиентов, договорные отношения с которыми не предусматривают фиксации цены и гарантии объемов погрузки).

1. Простои под погрузкой *, (* здесь и далее – расчетный и фактический, при наличии), сут.
2. Простои под выгрузкой, сут.
3. Затраты на подсыл порожнего вагона под погрузку, руб.
4. Порожний пробег после выгрузки, руб.
5. Баланс подвижного состава в регионе погрузки (дефицит/профицит вагонов)
6. Оборот вагона, сут.
7. Объём перевозок клиента в погрузке Общества
8. Региональная сегментация (бизнес-кластеры)
9. Оценка целесообразности перевозки с точки зрения экономии затрат на порожний отвод под следующую погрузку (оперативная география перевозок)
10. Грузовладелец (да/нет)
11. Тип груза по доходности (профиль 1 рода, профиль 2 рода, профиль 3 рода, непрофильные продовольственные грузы, непрофильные непродовольственные грузы)
12. Временной статус клиента для Общества (новая компания, работаем менее 1 года, работаем более 1 года)
13. Комплексная оценка рисков экономической безопасности:
 - 13.1 Связи компании
 - 13.2 Прозрачность компании
 - 13.3 Собственники, учредители
 - 13.4 Финансовая отчётность, оценка платёжеспособности, финансовые риски и т.д.
14. Средняя доходная ставка по клиенту и в сравнении с планируемой доходной ставкой на вагон в бюджете Общества
15. Дебиторской задолженности



Смешанный тип лояльности №8 – «Черный»

(применяется для клиентов, одновременно использующих смешанные типы лояльности №4, №5 и №6 в зависимости от сезонных колебаний объемов).



1. Простои под погрузкой, сут.
2. Простои под выгрузкой, сут.
3. Затраты на подсыл порожнего вагона под погрузку, руб.
4. Порожний пробег после выгрузки, руб.
5. Баланс подвижного состава в регионе погрузки (дефицит/профицит вагонов)
6. Оборот вагона прогнозный, сут.
7. Доля Общества в погрузке клиента на рынке ж/д, %
8. Динамика изменения доли Общества в погрузке клиента по годам, %
9. Доля клиента на рынке в общих перевозках грузов на жд рынке, %
10. Объём перевозок клиента в погрузке Общества
11. Региональная сегментация (бизнес-кластеры)
12. Оценка целесообразности перевозки с точки зрения экономии затрат на порожний отвод под следующую погрузку (оперативная география перевозок)
13. Грузовладелец (да/нет)
14. Тип груза (профиль 1 рода, профиль 2 рода, профиль 3 рода, непрофильные продовольственные грузы, непрофильные непродовольственные грузы)
15. Статус клиента для Общества (новая компания, работаем менее 1 года, работаем более 1 года)
16. Комплексная оценка рисков экономической безопасности:
 - 16.1 Связи компании
 - 16.2 Прозрачность компании
 - 16.3 Собственники, учредители
 - 16.4 Финансовая отчётность, оценка платёжеспособности, финансовые риски
17. Средняя доходная ставка по клиенту в сравнении с планируемой доходной ставкой на вагон в бюджете Общества
18. Анализ доходной ставки по клиенту по сезонности, ежемесячно, в т.ч. в сравнении с бюджетным заданием и оперативным планом продаж
19. Оценка дебиторской задолженности
20. Оценка коэффициентов совместимости по бизнес-сегментам (география производства и перевозок в разрезе грузов)