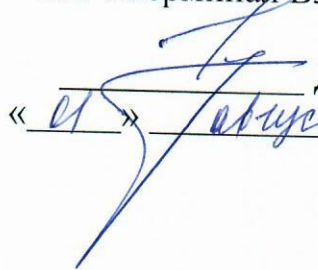


АО «Терминал Владивосток»	Дирекция по неавиационной коммерции	12.01-2025-12
		Редакция: 04 Изменение: 00

УТВЕРЖДАЮ
Генеральный директор
АО «Терминал Владивосток»

 Д.Л. Чмутов
« 01 » августа 2025 г.

МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА НА УСЛУГИ НЕАВИАЦИОННОЙ КОММЕРЦИИ АО «ТЕРМИНАЛ ВЛАДИВОСТОК»

Введен в действие приказом
от « 01 » августа 2025 г. № 447

Ответственный разработчик -
Директор по неавиационной коммерции



В.С. Латышева

г. Артем
2025 г.

АО «Терминал Владивосток»	Страница 4 из 18	12.01-2025-12
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 04 Изменение: 00

СОДЕРЖАНИЕ

1. Термины и определение	5
2. Общие положения	7
3. Предоставление скидок на услуги по обслуживанию пассажиров в залах специального обслуживания и по предоставлению услуги индивидуального обслуживания пассажиров на вылет	9
4. Предоставление скидок на услуги пользования платной парковкой	10
5. Приложение № 1	11
6. Приложение № 2	12
7. Приложение № 3	13
8. Приложение № 4	14
9. Приложение № 5	15
10. Приложение № 6	16
11. Лист ознакомления	17

АО «Терминал Владивосток»	Страница 5 из 18	12.01-2025-12
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 04 Изменение: 00

1. ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Общество - АО «Терминал Владивосток».

Авиакомпания (перевозчик) – организация и/или физическое лицо, являющиеся эксплуатантами воздушных судов, согласно положениям Воздушного кодекса РФ, осуществляющие воздушные перевозки пассажиров, багажа, грузов или почты и имеющие соответствующее разрешение на осуществление деятельности в области авиации; фрахтователь воздушного судна; агент эксплуатанта (при условии наличия доверенности на осуществление действий и расчетов от имени Авиакомпании (перевозчика).

Бизнес зал - зал специального обслуживания, находящиеся в стерильной зоне внутренних воздушных линий (ВВЛ) и международных воздушных линий (МВЛ) аэропорта Владивосток. Доступны для пассажиров вылетающих бизнес-классом Авиакомпаний, заключивших с Обществом договор на обслуживание, для пассажиров контрагентов, продающих услуги Общества, заключивших договор на предоставление услуг по обслуживанию пассажиров, а также пассажиров других классов, самостоятельно оплативших пребывание согласно тарифам Общества.

VIP-зал - зал специального обслуживания, находящийся в здании аэровокзального комплекса. Доступен для пассажиров внутренних регулярных и чартерных рейсов от организаций, заключивших договор на предоставление услуг по обслуживанию пассажиров в VIP-зале с Обществом, а также встречающие и провожающие их лица, по предварительной заявке на обслуживание в VIP-зале; пассажиры внутренних регулярных и чартерных рейсов от организаций, не имеющих договора на предоставление услуг по обслуживанию пассажиров в VIP-зале с Обществом, а также встречающие и провожающие их лица, при условии предварительной заявки на обслуживание и 100% предоплаты; пассажиры и провожающие/встречающие их лица без предварительной заявки на обслуживание в VIP-зале, оплачивающие услуги VIP-зала за наличный расчёт согласно тарифам Общества.

Зал повышенной комфортности ВВЛ – зал специального обслуживания, находящийся в стерильной зоне ВВЛ аэропорта Владивосток («Зал Приорити»). Доступен для пассажиров организаций, подписавших договор на обслуживание, для пассажиров, самостоятельно оплативших пребывание согласно тарифам Общества, а также для пассажиров участников программ лояльности для путешественников.

Зал повышенной комфортности МВЛ – зал специального обслуживания, находящийся в стерильной зоне МВЛ аэропорта Владивосток. Доступен для пассажиров участников программ лояльности для путешественников.

АО «Терминал Владивосток»	Страница 6 из 18	12.01-2025-12
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 04 Изменение: 00

Зал специального обслуживания - Бизнес зал, VIP-зал, Зал повышенной комфортности.

Контрагент – юридическое лицо, заключившее договор с Обществом.

Договор - соглашение, заключенное в письменной форме между Контрагентом и Обществом, на оказание услуг в залах специального обслуживания (Бизнес зал, VIP-зал, Зал повышенной комфортности), по предоставлению услуги индивидуального обслуживания пассажиров на вылет, агентский договор, договор на предоставление услуг парковки.

Участники программы лояльности для путешественников - пассажиры экономического класса, имеющие право доступа в Зал повышенной комфортности аэропорта Владивосток, на основании договора между Обществом и Контрагентом (организатором программы лояльности).

Прейскурант - утвержденный Обществом перечень оказываемых в аэропорту услуг, с указанием видов и тарифов (стоимости).

Скидка - сумма, на которую снижается тариф за услуги Общества, при выполнении Контрагентом условий, предусмотренных настоящей маркетинговой политикой.

Индивидуальное обслуживание пассажиров на вылет - услуга по экспресс прохождению пассажиром предполетных процедур: отдельную регистрацию и оформление багажа, сопровождение пассажира на предполетный досмотр, прохождение предполетного досмотра и контроля посадки вне очереди. Услуга доступна для пассажиров организаций, заключивших договор на обслуживание с Обществом, а также пассажиров, самостоятельно оплативших обслуживание согласно тарифам Общества.

Парковочная карта / Пропуск за пользование платной парковкой - пластиковый носитель информации многоразового использования, выдаваемый пользователям для въезда на территорию парковочного комплекса.

АО «Терминал Владивосток»	Страница 7 из 18	12.01-2025-12
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 04 Изменение: 00

2. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

2.1. Настоящая Политика подлежит применению в Обществе.

2.2. Настоящая Политика определяет размер и порядок предоставления услуг залов специального обслуживания, услуги по индивидуальному обслуживанию пассажиров на вылет, услуг пользования платной парковкой Общества и направлена на дополнительное стимулирование Контрагентов к пользованию и продаже услуг неавиационной коммерции.

2.3. Настоящая Политика разработана в соответствии с Воздушным кодексом РФ, Гражданским кодексом РФ, Федеральным законом от 26.07.2006г. №135-ФЗ «О защите конкуренции», постановлением Правительства РФ от 22.07.2009г. №599 «О порядке обеспечения доступа к услугам естественных монополий в аэропортах», Приказом Минтранса РФ от 27.04.2024 г. № 149 «Об аэронавигационных и аэропортовых сборах за обслуживание воздушных судов в аэропортах и воздушном пространстве и аэропортах РФ».

2.4. Политика разработана в целях:

- Привлечения новых потребителей услуг Общества;
- Увеличения объема и сферы реализации услуг, предоставляемых Обществом;

- Повышения качества обслуживания Контрагентов;

- Повышения доходности деятельности Общества;

- Повышения доступности услуг Общества;

- Повышения конкурентоспособности Общества.

2.6. Настоящая Политика обеспечивает недискриминационный подход, устанавливая одинаковый для всех Контрагентов размер скидок при выполнении условий их применения.

2.7. Настоящая Политика основывается на принципах экономической обоснованности и эффективности, прозрачности условий, равноправия и отсутствия необоснованных ограничений конкуренции.

2.8. Общество вправе в любое время в одностороннем порядке приостановить либо прекратить действие, изменить условия настоящей Политики, уведомив об этом Контрагентов (к которым применяются условия Политики) за 30 (десять) календарных дней до планируемой даты внесения изменений.

2.9. Маркетинговая политика применяется к Контрагентам, заключившим Договоры оказания услуг или агентский договор с Обществом.

2.10. В целях развития и исполнения настоящей Политики Обществом могут быть приняты локальные нормативные акты, внутренние технологии и регламенты.

АО «Терминал Владивосток»	Страница 8 из 18	12.01-2025-12
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 04 Изменение: 00

2.11. Скидки, указанные в Приложении № 1, № 2, № 3 и № 4 не суммируются друг с другом.

2.12. Настоящая Политика вступает в силу с даты ее утверждения Приказом Генерального директора АО «Терминал Владивосток».

2.13. Настоящая политика подлежит обязательному применению всеми сотрудниками Общества.

АО «Терминал Владивосток»	Страница 9 из 18	12.01-2025-12
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 04 Изменение: 00

3. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ СКИДОК НА УСЛУГИ ПО ОБСЛУЖИВАНИЮ ПАССАЖИРОВ В ЗАЛАХ СПЕЦИАЛЬНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ И ПО ПРЕДОСТАВЛЕНИЮ УСЛУГИ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ПАССАЖИРОВ НА ВЫЛЕТ

3.1. Предоставление скидок на услуги по обслуживанию пассажиров в аэропорту Владивосток осуществляется при соблюдении условий, предусмотренных Приложениями № 1, № 2, № 3 и № 4 к настоящей Политике, а также при наличии заключенного Контрагентом с Обществом Договора, отсутствии просроченной более, чем на один месяц задолженности по любым видам заключенных договоров.

3.2. Основанием для предоставления Скидки является соответствие Контрагента предусмотренным данной Политикой условиям. Условия предоставления Скидки указаны в Приложении № 1, № 2, № 3 и № 4 данной Политики.

3.3. Контрагент, претендующий на получение Скидки в соответствии с Приложениями № 1, № 2, № 3 и № 4, направляет в Общество Заявку на присоединение к настоящей Политике. В случае присоединения Контрагента к настоящей Политике в Договор или в Дополнительное соглашение к действующему Договору вносятся соответствующие условия. Форма заявки приведена в Приложении № 6.

АО «Терминал Владивосток»	Страница 10 из 18	12.01-2025-12
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 04 Изменение: 00

4. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ СКИДОК НА УСЛУГИ ПОЛЬЗОВАНИЯ ПЛАТНОЙ ПАРКОВКОЙ

4.1. Предоставление скидок на услуги по оформлению пропусков за пользование платной парковкой в Аэропорту Владивосток осуществляется при соблюдении условий, предусмотренных Приложением № 5 к настоящей Политике, а также при наличии заключенного Контрагентом с Обществом Договора, отсутствии просроченной более чем на один месяц задолженности по любым видам заключенных договоров.

4.2. Основанием для предоставления Скидки является соответствие Контрагента предусмотренным данной Политикой условиям. Условия предоставления Скидки указаны в Приложении № 5 данной Политики.

АО «Терминал Владивосток»	Страница 11 из 18	12.01-2025-12
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 04 Изменение: 00

Приложение № 1
к Маркетинговой политике

Условия предоставления скидки на обслуживание пассажиров в VIP-зале аэропорта Владивосток *

Таблица №1

Категория контрагента	Вид договора заключенного с Обществом	Оказано услуг на основании заявок контрагента (количество человек в месяц)	Размер скидки от стоимости оказанных услуг**
Организации, выступающие агентами по продаже услуг Общества (за исключением авиакомпаний)	Договор оказания услуг	10 - 25	5 %
		26 - 50	10 %
		От 51	15 %
	Агентский договор	-----	От 5 до 10 %

Таблица №2

Категория контрагента	Вид договора заключенного с Обществом	Размер скидки, от стоимости оказанных услуг, % **	
		Тариф на вылет	Тариф на прилет
Организации, выступающие агентами по продаже услуг Общества (гостиницы, отели)	Договор оказания услуг	31,818 %	11,764 %
Юридические лица, являющиеся организаторами программ лояльности, с объемом обслуженных пассажиров по данной программе за прошедший календарный год в ЗСО аэропорта более 20 000	Договор оказания услуг	31,818 %	11,764 %

АО «Терминал Владивосток»	Страница 12 из 18	12.01-2025-12
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 04 Изменение: 00

* Скидка не предоставляется:

- по тарифу для группы 10 человек и более;
- по тарифу на одновременное обслуживание на вылет и прилет;
- по тарифу «Семейный»;
- по тарифу «Молодожены»;
- по тарифу за обслуживание пассажиров в отдельных зонах VIP-зала Терминала «А».

** Базой для расчета суммы скидки, является соответствующий тариф, установленный действующим на дату оказания услуги Прейскурантом на услуги АО «Терминал Владивосток» для физических лиц и сторонних организаций.

*** Скидки из таблицы № 1 и таблицы № 2 не суммируются.

АО «Терминал Владивосток»	Страница 13 из 18	12.01-2025-12
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 04 Изменение: 00

Приложение № 2
к Маркетинговой политике

**Условия предоставления скидки на обслуживание пассажиров
в Бизнес-залах ВВЛ/МВЛ аэропорта Владивосток ****

Категория контрагента	Вид договора заключенного с Обществом	Оказано услуг на основании заявок контрагента (количество человек в месяц)	Размер скидки от стоимости оказанных услуг *
Организации, выступающие агентами по продаже услуг Общества (за исключением авиакомпаний)	Договор оказания услуг	10 - 25	5 %
		26 - 50	10 %
		От 51	15 %
	Агентский договор	-----	От 5 до 10 %

* Базой для расчета суммы скидки, является соответствующий тариф, установленный действующим на дату оказания услуги Прейскурантом на услуги АО «Терминал Владивосток» для физических лиц и сторонних организаций.

** Скидка не предоставляется:

- по тарифу «Семейный»;
- по тарифу на предоставление комнаты для проведения переговоров.

АО «Терминал Владивосток»	Страница 14 из 18	12.01-2025-12
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 04 Изменение: 00

Приложение № 3
к Маркетинговой политике

**Условия предоставления скидки на обслуживание пассажиров участников программ лояльности
в Залах повышенной комфортности ВВЛ/МВЛ аэропорта Владивосток ****

Таблица № 1

Категория контрагента	Количество пассажиров, обслуженных суммарно в «Зале Приорити» ВВЛ и Бизнес зале МВЛ по программе лояльности за один месяц	Размер скидки, от стоимости оказанных услуг, % *
Юридические лица, являющиеся организаторами программ лояльности	От 2000	33,330 %
	От 500	20,833 %
	От 11	12,500 %
	До 10	8,333 %

Таблица № 2

Категория контрагента	Количество лет сотрудничества	Размер скидки, от стоимости оказанных услуг, % *
Юридические лица, являющиеся организаторами программ лояльности	Более 5	25,000 %

*Базой для расчета суммы скидки, является соответствующий тариф за обслуживание пассажиров в «Зале Приорити» ВВЛ Терминала «А» на вылет, установленный действующим Прейскурантом на услуги АО «Терминал Владивосток» для физических лиц и сторонних организаций.

** Скидки из таблицы № 1 и таблицы № 2 не суммируются.

АО «Терминал Владивосток»	Страница 15 из 18	12.01-2025-12
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 04 Изменение: 00

Приложение № 4
к Маркетинговой политике

**Условия предоставления скидки на услугу по индивидуальному обслуживанию
пассажиров на вылет в аэропорту Владивосток ****

Категория контрагента	Вид договора заключенного с Обществом	Оказано услуг на основании заявок контрагента (количество человек в месяц)	Размер скидки от стоимости оказанных услуг по прейскуранту аэропорта *
Организации, выступающие агентами по продаже услуг Общества (за исключением авиакомпаний)	Договор оказания услуг	1 - 4	3 %
		5 - 20	10 %
		21 - 35	13 %
		От 36	15 %
	Агентский договор	-----	От 5 до 10 %

*Базой для расчета суммы скидки, является соответствующий тариф, установленный действующим Прейскурантом на услуги АО «Терминал Владивосток» для физических лиц и сторонних организаций.

**Скидка не предоставляется:

- по тарифу «Семейный»;
- по тарифу обслуживания групп пассажиров (от 5 до 30 человек).

АО «Терминал Владивосток»	Страница 16 из 18	12.01-2025-12
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 04 Изменение: 00

Приложение № 5
к Маркетинговой политике

Условия предоставления скидки на услуги по оформлению пропусков за пользование платной парковкой в аэропорту Владивосток

Категория контрагента	Вид договора заключенного с Обществом	Приобретено парковочных карт (количество в месяц)	Размер скидки от стоимости парковочных карт *
Организации, оказывающие услуги по перевозке пассажиров не арендуящие помещение на территории аэровокзального комплекса Терминала «А»	Договор оказания услуг	10 - 20	15 %
		21 - 35	25 %
		От 36	35 %

*Базой для расчета суммы скидки является тариф за оформление пропусков для транспорта сторонних организаций, установленный действующим Прейскурантом на услуги АО «Терминал Владивосток» для физических лиц и сторонних организаций.

АО «Терминал Владивосток»	Страница 17 из 18	12.01-2025-12
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 04 Изменение: 00

Приложение № 6
к Маркетинговой политике

ФОРМА

Заявка на присоединение к Маркетинговой политике

От _____

Куда: АО «Терминал Владивосток»

Дата _____ Исх.№ _____

Прошу рассмотреть возможность присоединения _____
(наименование компании)

к Маркетинговой Политике на услуги неавиационной коммерции
АО «Терминал Владивосток» по Договору № _____ и
применить условия предоставления скидки согласно Приложения № _____.

Руководитель _____

