

АО «Терминал Владивосток»	Дирекция по неавиационной коммерции	12.01-2026-02
		Редакция: 07 Изменение:00

УТВЕРЖДАЮ  
Генеральный директор  
АО «Терминал Владивосток»

  
Д.Л. Чмутов  
« 26 » февраль 2026 г.

**МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА  
НА УСЛУГИ НЕАВИАЦИОННОЙ КОММЕРЦИИ  
АО «ТЕРМИНАЛ ВЛАДИВОСТОК»**

Введен в действие приказом  
от « 26 » февраль 2026 г. № 106

Ответственный разработчик -  
Директор по неавиационной коммерции

В.С. Латышева

г. Артем  
2026 г.





АО «Терминал Владивосток»	Страница 4 из 17	12.01-2026-02
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 07 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	13
7. Приложение № 3	14
8. Приложение № 4	15
9. Приложение № 5	16
10. Лист ознакомления	17

АО «Терминал Владивосток»	Страница 5 из 17	12.01-2026-02
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 07 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.

**ВИП-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 ВИП-зале с Обществом, а также встречающие и провожающие их лица, по предварительной заявке на обслуживание в ВИП-зале; пассажиры внутренних регулярных и чартерных рейсов от организаций, не имеющих договора на предоставление услуг по обслуживанию пассажиров в ВИП-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 ВИП-зале, оплачивающие услуги ВИП-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.

**Зал специального обслуживания (ЗСО)** - Бизнес зал, ВИП-зал, Зал

АО «Терминал Владивосток»	Страница 6 из 17	12.01-2026-02
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 07 Изменение: 00

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, ВИП-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.

**Маркетинговая акция (далее - Акция)** – инструмент продвижения, с помощью которого Общество стимулирует пассажиров к приобретению услуги и увеличения продаж.

**Участник акции** – пассажир, предъявивший флаер при получении услуги по акции.

**Флаер** – бумажный купон (листочка), предоставляющий участнику возможность получить скидку на услугу.

АО «Терминал Владивосток»	Страница 7 из 17	12.01-2026-02
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 07 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.

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

АО «Терминал Владивосток»	Страница 8 из 17	12.01-2026-02
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 07 Изменение: 00

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 17	12.01-2026-02
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 07 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 и № 2 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 и № 2 данной Политики.

3.3. Контрагент, претендующий на получение Скидки в соответствии с Приложениями № 1 и № 2 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 № 5.

3.4. Предоставление скидки на обслуживание пассажиров в Бизнес-зале МВЛ (Приморье) на период проведения акции, осуществляется при соблюдении условий, предусмотренных Приложением № 4 к настоящей Политике. Основанием для предоставления скидки, является предъявление пассажиром флаера участника акции, организованной Обществом.

АО «Терминал Владивосток»	Страница 10 из 17	12.01-2026-02
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 07 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 № 3 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 № 3 данной Политики.

АО «Терминал Владивосток»	Страница 11 из 17	12.01-2026-02
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 07 Изменение: 00

Приложение № 1  
к Маркетинговой политике

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

Таблица №1

Категория контрагента	Наименование услуги	Размер скидки от стоимости оказанных услуг**
Организации, выступающие агентами по продаже услуг Общества (за исключением авиакомпаний)	обслуживание в ВИП-зале	9 %
	обслуживание в Бизнес-залах ВВЛ/МВЛ индивидуальное обслуживание пассажиров на вылет	5 %

Таблица №2

Категория контрагента	Наименование услуги	Размер скидки, от стоимости оказанных услуг, % **	
		Тариф на вылет	Тариф на прилет
Организации, выступающие агентами по продаже услуг Общества (гостиницы, отели)	обслуживание в ВИП-зале	30,435 %	11,111 %
Юридические лица, являющиеся организаторами программ лояльности, с объемом обслуженных пассажиров по данной программе за прошедший календарный год в ЗСО аэропорта более 20 000			

АО «Терминал Владивосток»	Страница 12 из 17 Маркетинговая политика на услуги навиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	12.01-2026-02 Редакция: 07 Изменение: 00
---------------------------	--	--

\* Скидка не предоставляется:

1. На обслуживание в ВИП-зале:

- 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 ВИП-зала Терминала «А»;

2. На обслуживание в Бизнес-залах ВВЛ/МВЛ:

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

3. На услуги индивидуального обслуживания пассажиров на вылет:

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

\*\* 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 17	12.01-2026-02
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 07 Изменение: 00

Приложение № 2  
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 3 000	32 %
	От 500	20 %
	До 499	12 %

Таблица № 2

Категория контрагента	Количество лет сотрудничества	Размер скидки, от стоимости оказанных услуг, % *
Юридические лица, являющиеся организаторами программ лояльности	Более 5	26 %

\*Базой для расчета суммы скидки, является соответствующий тариф за обслуживание пассажиров в «Зале Приорити» ВВЛ Терминала «А» на вылет, установленный действующим Прейскурантом 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 14 из 17 Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	12.01-2026-02 Редакция: 07 Изменение: 00
---------------------------	---	--

Приложение № 3  
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 арендующие помещение на территории аэровокзального комплекса Терминала «А»	Договор оказания услуг	10 - 20	15 %
		21 - 35	25 %
		От 36	40 %

\*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 15 из 17	12.01-2026-02
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 07 Изменение: 00

Приложение № 4  
к Маркетинговой политике

**Условия предоставления скидки на обслуживание пассажиров  
в Зале повышенной комфортности МВЛ (Приморье) аэропорта Владивосток**

Таблица №1

Категория контрагента	Наименование услуги	Размер скидки от стоимости оказанных услуг*
Пассажиры предъявившие флаер участника по акции, организованной Обществом	обслуживание в Бизнес-зале МВЛ	30,769 %

\*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.

АО «Терминал Владивосток»	Страница 16 из 17	12.01-2026-02
	Маркетинговая политика на услуги неавиационной коммерции АО «Терминал Владивосток»	Редакция: 07 Изменение: 00

Приложение № 5  
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** \_\_\_\_\_

