


МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА
АО «Международный аэропорт Владивосток»

Утвержден и введен в действие приказом
генерального директора
АО «Международный аэропорт Владивосток»
№ 169 от «04» марта 2022г.

Ответственный разработчик –
Начальник отдела маркетинга

Д.В. Хазин

г. Артем
2022 г.

	Страница 2 из 6	25-2022-01
	Маркетинговая политика Международный аэропорт Владивосток	Редакция: 01 Изменение: 00

ПРЕДИСЛОВИЕ

Настоящая маркетинговая политика разработана АО «Международный аэропорт Владивосток» (далее – МАВ) и АО «Терминал Владивосток».

Маркетинговая политика утверждена и введена в действие с 01 апреля 2022 г. приказом МАВ от 04.03.2022 № 169 .

Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен в качестве официального документа без разрешения МАВ.


1. НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ

Настоящий руководящий документ разработан в соответствии с положениями документов:

1. Воздушный кодекс Российской Федерации.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации.
4. Федеральный закон от 26.07.2006г. №135-ФЗ «О защите конкуренции».
3. Постановление Правительства РФ от 22.07.2009г. №599 «О порядке обеспечения доступа к услугам субъектов естественных монополий в аэропортах».
5. Приказ Минтранса РФ от 07.07.2012 №241 «Об аэронавигационных и аэропортовых сборах, тарифах за обслуживание воздушных судов в аэропортах и воздушном пространстве Российской Федерации».
6. Приказ ФСВТ РФ №125 от 15.05.2000г. «Об аэронавигационных и аэропортовых сборах за обслуживание иностранных эксплуатантов в воздушном пространстве и аэропортах РФ».

2. ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Авиакомпания - эксплуатант ВС, осуществляющий воздушные перевозки пассажиров, багажа, грузов или почты, и имеющий лицензию на осуществление подлежащего лицензированию в соответствии с законодательством Российской Федерации вида

	Страница 3 из 6	25-2022-01
	Маркетинговая политика Международный аэропорт Владивосток	Редакция: 01 Изменение: 00

деятельности в области авиации.

- Общество - АО «Международный аэропорт Владивосток» и АО «Терминал Владивосток».
- Положение о поощрении - утвержденный документ, включающий Программы поощрения авиакомпаний в международном аэропорту Владивосток и опубликованный на официальном сайте.
- Программа поощрения - документ, являющийся частью Положения о поощрении, регламентирующий условия предоставления, размер, сроки предоставления скидок авиакомпаниям в международном аэропорту Владивосток.


3. ЦЕЛИ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ

Настоящая маркетинговая политика определяет условия и порядок применения Обществом методов прямого или косвенного стимулирования продаж услуг Авиакомпаниям в международном аэропорту Владивосток в целях:

- развития маршрутной сети в/из аэропорта Владивосток (включая увеличение частоты выполняемых рейсов и открытие новых направлений);
- привлечения новых клиентов Общества;
- увеличения объемов пассажирских и грузовых авиаперевозок через аэропорт Владивосток;
- сохранения географии полетов из аэропорта Владивосток;
- поддержания долгосрочного сотрудничества с Авиакомпаниями;
- повышения конкурентоспособности аэропорта Владивосток;
- сглаживания пиков в расписании полётов.

4. ПРИНЦИПЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ

4.1. Маркетинговая политика Общества обеспечивает недискриминационный подход, предлагая принимать участие в Программах поощрения всем Авиакомпаниям, которые обслуживаются в международном аэропорту Владивосток.

	Страница 4 из 6	25-2022-01
	Маркетинговая политика Международный аэропорт Владивосток	Редакция: 01 Изменение: 00

4.2. Маркетинговая политика Общества основывается на клиентоориентированном подходе и предложении гибких инструментов, направленных на приоритеты потребителей.

4.3. Маркетинговая политика Общества подразумевает экономическую обоснованность условий Программ поощрения.

4.4. Маркетинговая политика Общества обеспечивает логичность, прозрачность и единство правил и принципов работы с Авиакомпаниями.

5. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

5.1. Маркетинговая политика применяется при оказании Обществом услуг, перечень которых закреплен в прейскуранте Общества.


5.2. Маркетинговая политика подразумевает под собой применение соответствующих целям Маркетинговой политики мер поощрения Авиакомпаний, которые обслуживаются Обществом. Маркетинговая политика включает Положения о поощрении, оформленные в виде приложений к настоящему документу. Меры поощрения описываются в Программах в рамках утвержденных Положений Общества.

5.3. Разработка Программ поощрения производится сотрудниками отдела авиационного маркетинга (ОАМ) дирекции по авиационной коммерции (ДАК) на основании анализа результатов деятельности Общества. Инициатором разработки Программы может быть любое подразделение Общества.

5.4. Текст настоящей маркетинговой политики, а также каждое утвержденное Положение о поощрении с перечнем Программ поощрения размещаются на официальных сайтах Общества <http://www.vvo.aero> и <http://zaotv.ru>.

6. ПРАВИЛА УЧАСТИЯ В ПРОГРАММАХ ПООЩРЕНИЯ

6.1. Положения о поощрении применяются к пассажирским и/или грузовым рейсам, выполняемым в/из международного аэропорта Владивосток. Общество обеспечивают недискриминационный подход, устанавливая одинаковый для всех Авиакомпаний размер скидок при выполнении условий их применения.

	Страница 5 из 6	25-2022-01
	Маркетинговая политика Международный аэропорт Владивосток	Редакция: 01 Изменение: 01

6.2. В рамках Положений о поощрении скидки предоставляются для рейсов Авиакомпаний при соответствии следующим условиям (соблюдение данных условий является основанием для получения скидок и не ограничивает Авиакомпанию в получении услуг от иных организаций, а также оказания услуг иным авиакомпаниям):

6.2.1. Авиакомпания заключила с Обществом соглашение/договор на аэропортовое и наземное обслуживание;


6.2.2. Авиакомпания на всех своих рейсах в Аэропорту использует в полном объеме услуги, оказываемые Обществом, за исключением тех услуг, которые Авиакомпания оказывает себе самостоятельно. В случае привлечения Авиакомпанией третьих лиц для оказания услуг в части аэропортового и наземного обслуживания ВС, которые Общество имеет возможность оказать, а также в случае если Авиакомпания оказывает такие услуги сторонним контрагентам, предоставление скидок для рейсов данной Авиакомпания прекращается (за исключением иных случаев, указанных в Программах поощрения);

6.2.3. Авиакомпания обязуется в течение срока действия Программы поощрения обслуживаться у операторов, являющихся партнерами Общества по совместным маркетинговым программам, перечень которых публикуется на официальном сайте Аэропорта по мере заключения совместных маркетинговых соглашений.

6.3. Для участия Авиакомпания в Программе поощрения она должна информировать Общество в письменной форме о намерении участия в той или иной Программе поощрения и о соответствии рейсов условиям данной Программы.

6.4. Скидки по различным Программам не суммируются, если условиями конкретной Программы не предусмотрено иное. Рейс Авиакомпания может участвовать только в одной из Программ поощрения. При соответствии условиям нескольких Программ Авиакомпания вправе выбрать из них одну Программу по своему усмотрению. Количество рейсов при расчете скидок определяется по вылетам из Аэропорта (время местное).

6.5. В случае возникновения у Авиакомпания просроченной задолженности по договору/соглашению на аэропортовое и наземное обслуживание перед Обществом Авиакомпания теряет право на получение

 Владивосток международный аэропорт	Страница 6 из 6	25-2022-01
	Маркетинговая политика Международный аэропорт Владивосток	Редакция: 01 Изменение: 01

скидок. Авиакомпания, которая имеет разногласия с суммой выставленных услуг, оплачивает услуги в полном объеме и имеет возможность вести претензионную работу по спорной задолженности, в том числе через разрешения спора в Арбитражных судах РФ и ином порядке, установленном в договоре.

6.6. При несоблюдении Авиакомпанией условий участия в Программе Общество досрочно прекращает участие Авиакомпания в Программе, с уведомлением о прекращении участия в Программе с указанием причины в течение 2 рабочих дней с момента принятия решения о прекращении участия Авиакомпания в Программе.

6.7. В случае расхождения расчетов Авиакомпания и Общества либо возникновения иных спорных ситуаций относительно толкования и/или исполнения Положений о поощрении, окончательное решение о толковании условий Положений, размере или предоставлении скидки принимает Общество.

6.8. Общество имеет право в любое время в одностороннем порядке приостановить либо прекратить действие Положения о поощрении, изменить его условия, размер скидок с уведомлением об этом Авиакомпаний путем размещения соответствующей информации на сайте в сети интернет не менее, чем за 15 дней до предполагаемого срока внесения изменений или прекращения действия Положения.