

Предисловие


1 РАЗРАБОТАНА И ВНЕСЕНА: Ведущим специалистом по маркетингу и работе с авиакомпаниями.

2 УТВЕРЖДЕНА И ВВЕДЕНА В ДЕЙСТВИЕ приказом № 317 от «01» июля 2015г.

3 ВВЕДЕНА впервые.

Содержание

1	Общие положения.....	5
2	Нормативные документы.....	5
3	Термины, определения и сокращения	5
4	Цели.....	7
5	Средства достижения цели	8
	5.1 Товарная политика.....	8
	5.2 Дистрибутивная политика	8
6	Область применения.....	9
7	Условия предоставления скидок на услуги по аэропортовому и наземному обслуживанию.....	12
	7.1 Скидка для регулярных пассажирских рейсов, выполняемых по Новому направлению полетов.....	12
	7.2 Скидка для регулярных пассажирских рейсов, выполняемых по Дополнительным частотам полетов	12
8	Порядок предоставления скидок.....	13
	Разработчик	14
	Лист согласования	14
	Приложение 1 Предоставление скидок Потребителям услуг* Аэропорта Калининград (Храброво).....	15
	Приложение 2 Образец письма-заявки на предоставление скидок.....	16

	Маркетинговая политика ЗАО «Аэропорт «Храброво»	Стр. 5
		1-7 10 01 0515

1 Общие положения

Маркетинговая политика является основным документом при осуществлении деятельности Общества в части формирования и сопровождения комплекса обусловленных мер по стимулированию сбыта услуг Аэропорта Потребителям сообразно актуальной рыночной ситуации.

Маркетинговая политика предусматривает обеспечение недискриминационного подхода и соответствие комплекса мер по стимулированию сбыта действующему законодательству РФ.

2 Нормативные документы

Маркетинговая политика разработана в соответствии с требованиями нормативных правовых актов Российской Федерации:


1. Воздушным кодексом Российской Федерации;
2. Федеральным законом от 26.07.2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции»;
3. Постановлением Правительства РФ от 22.07.2009 года № 599 «О порядке обеспечения доступа к услугам субъектов естественных монополий в Аэропортах»;
4. Гражданским кодексом Российской Федерации;
5. Налоговым кодексом Российской Федерации.

3 Термины, определения и сокращения

Маркетинговая политика – основной документ, определяющий положения коммерческой деятельности Аэропорта в части формирования методик по привлечению и стимулированию Авиакомпаний, обеспечивающий недискриминационный подход в соответствии с законодательством РФ и в интересах Аэропорта.

Общество – закрытое акционерное общество «Аэропорт «Храброво» (далее – ЗАО «Аэропорт «Храброво»).

Потребитель (авиаперевозчик, авиакомпания, эксплуатант) – гражданин или юридическое лицо, имеющее воздушное судно на праве собственности, на условиях аренды или на ином законном основании, использующее указанное воздушное судно для полетов и имеющее сертификат (свидетельство) эксплуатанта. В целях настоящего документа

	Маркетинговая политика ЗАО «Аэропорт «Храброво»	Стр. 6
		1-7 10 01 0515

понятия «потребитель», «авиаперевозчик», «авиакомпания» и «эксплуатант» рассматриваются как равнозначные.

Аэропортовые услуги – услуги, оказываемые Аэропортом, в соответствии с заключенным договором на аэропортовое и наземное обслуживание (стандартным соглашением IATA о наземном обслуживании) и прайс-листами, утвержденными в Аэропорту, актуальная версия которых размещена на сайте www.kgd.aero.

Авиационная линия (линия) – беспосадочный участок маршрута между аэропортами двух населенных пунктов, между которыми выполняются полеты, независимо от того, в какие конкретно аэропорты этих городов выполняются полеты.

Дополнительная частота полетов – положительная разница между суммарным количеством регулярных беспосадочных полетов одного потребителя на линии в рассматриваемом периоде и суммарным количеством регулярных беспосадочных полетов того же потребителя на той же линии в аналогичном периоде предыдущего года.

Новое направление полетов – Авиационная линия, где:

– регулярные беспосадочные рейсы между аэропортом Калининград и иным аэропортом не выполнялись в течение одного года (365 суток) до даты фактического выполнения первого рейса


или

– между Аэропортом Калининград и иным аэропортом выполнялись регулярные или нерегулярные беспосадочные пассажирские рейсы с частотой не более 3-х разворотных рейсов в месяц и в общем количестве не более 24-х полетов в течение одного года (365 суток) до даты фактического выполнения первого регулярного рейса.

Новым направлением полетов не признается Авиационная линия, образованная выполнением промежуточной посадки существующего рейса в аэропорте населенного пункта, регулярное воздушное сообщение с которым из Аэропорта Калининград отсутствовало в течение одного года (365 суток) до даты фактического выполнения первого рейса.

Новым направлением полетов не признается Авиационная линия, рейсы по которой до даты фактического выполнения первого регулярного рейса выполнялись на нерегулярной (чартерной) основе и суммарное количество полетов по которому в течение одного года (365 суток) до даты фактического выполнения первого регулярного рейса составило более 24 (двадцати четырех) полетов.

Пассажирский рейс – рейс, выполняемый на воздушном судне, специально предназначенном и оборудованном для перевозки пассажиров. Груз на таких воздушных судах может перевозиться только попутный в багажниках.

	Маркетинговая политика ЗАО «Аэропорт «Храброво»	Стр. 7
		1-7 10 01 0515

Грузовой рейс – рейс, выполняемый на воздушном судне, специально предназначенном и оборудованном только для перевозки грузов.

Регулярный рейс – рейс, выполняемый под одним номером между двумя или более аэропортами, в течение определенного времени, в соответствии с опубликованным расписанием.

Собственный рейс (Собственная частота) Потребителя – рейс, выполняемый на воздушном судне, включенном в свидетельство эксплуатанта этого Потребителя и находящийся под коммерческим и операционным управлением этого Потребителя.

Понижающий коэффициент – размер снижения стоимости услуги от указанной в прайс-листе.

Транзитный рейс – рейс, выполняемый под одним номером и имеющий промежуточную посадку с коммерческой целью в Аэропорту Калининград.


Календарный месяц – промежуток времени с 1-го по последнее число текущего месяца.

ЦРТ – Центр расписания и тарифов Транспортной Клиринговой Палаты авиапредприятий.

4 Цели

Основным предназначением Маркетинговой политики Общества при реализации Аэропортовых услуг является создание условий для:

- повышения доходности по основному виду деятельности Общества;
- привлечения в Аэропорт новых Потребителей;
- увеличения количества рейсов через Аэропорт;
- расширения географии полетов за счет стимулирования открытия новых регулярных направлений как действующими, так и новыми Потребителями;
- увеличения среднегодовой интенсивности полетов;
- снижения фактора сезонности;
- развития трансферных перевозок;
- увеличения объемов реализации Аэропортовых услуг;
- повышения качества обслуживания пассажиров и регулярности полетов;
- повышения доступности авиаперевозок широким слоям населения.

	Маркетинговая политика ЗАО «Аэропорт «Храброво»	Стр. 8
		1-7 10 01 0515

5 Средства достижения цели

5.1 Товарная политика

5.1.1 Услугами, реализуемыми Аэропортом, являются:

- услуги по аэропортовому и наземному обслуживанию, определяемые согласно приказам Минтранса РФ от 17 июля 2012 года № 241 и ФСВТ РФ от 15.05.2000 года № 125;
- иные услуги, определяемые согласно прайс-листам на услуги авиационной деятельности в Аэропорту.

5.1.2 Основным направлением товарной политики Общества является обеспечение высокого качества и конкурентных преимуществ предоставляемых услуг.

5.1.3 Аэропорт обеспечивает надлежащее качество услуг, в соответствии с действующими стандартами и предпринимает меры по дальнейшему развитию и улучшению качества.

Аэропорт предоставляет услуги равного качества всем Потребителям в соответствии с действующими договорами на наземное обслуживание.

5.2 Дистрибутивная политика


5.2.1 Аэропорт реализует услуги по утвержденным или зарегистрированным тарифам в соответствии с порядком, установленным законодательством РФ и в соответствии с настоящей Маркетинговой политикой.

5.2.2 Приоритетным направлением дистрибутивной политики Общества является получение наибольшей выручки от реализации услуг. Получение наибольшей выручки от реализации услуг предусматривает применение мер экономического стимулирования в целях привлечения и в отношении дополнительных объемов работ.

5.2.3 В целях разработки комплекса мер по стимулированию сбыта используется маркетинговый анализ по следующим направлениям:

- статистика и тенденции рынка авиационных перевозок, аэропортового и наземного обслуживания;
- объективные факторы, определяющие спрос;
- ожидания и потребности Потребителей;
- тенденции смежных рынков;
- производственные возможности и ограничения Аэропорта;
- прочие факторы, имеющие влияние на спрос.

Комплекс мер по стимулированию сбыта предусматривает:

	Маркетинговая политика ЗАО «Аэропорт «Храброво»	Стр. 9
		1-7 10 01 0515

- Экономическое стимулирование Потребителей для достижения целей Маркетинговой политики;
- Предоставление Потребителям равных возможностей доступа к мерам экономического стимулирования, при условии соответствия установленным и опубликованным критериям, отвечающим целям Маркетинговой политики Общества;
- Экономическую целесообразность мер стимулирования для Аэропорта, как самостоятельного хозяйствующего субъекта.
- В комплекс мер по стимулированию сбыта могут входить следующие меры маркетингового стимулирования:
 - Скидки;
 - Бонусы;
 - Маркетинговые акции и мероприятия.

6 Область применения

6.1 Настоящая Маркетинговая политика применяется только к регулярным пассажирским и грузовым рейсам, фактически выполняемым в/из Аэропорта Калининград. Настоящая Маркетинговая политика не применяется в отношении маркетинговых (код-шэр) операторов рейса.

6.2 В связи с высоким пассажирским спросом и отсутствием необходимости какой-либо дополнительной стимуляции Потребителей к развитию московского и Санкт-Петербургского направлений, любые виды скидок, предусмотренные настоящей Маркетинговой политикой, на указанные линии в качестве любых комбинаций не предоставляются (Приложение 1).

6.3 В связи с необходимостью развития рынка международных перевозок и стимулирования транзитных перелетов с посадкой в Аэропорту Калининград (Храброво), настоящей Маркетинговой политикой предусмотрен особый (повышенный) размер скидок (Приложение 1).

6.4 Скидки в соответствии с настоящей Маркетинговой политикой предоставляются только Потребителям, заключившим договор о наземном обслуживании ВС (стандартное соглашение IATA о наземном обслуживании) с Обществом.

6.5 Скидки в соответствии с настоящим Положением предоставляются Потребителю после поступления в Общество Заявки на предоставление скидок (Приложение 2) и подписания Генеральным директором Общества приказа о предоставлении скидки. На рейсы, не указанные в заявке, скидки не предоставляются.

6.6 Обязательным условием предоставления скидок на услуги по аэропортовому и наземному обслуживанию является отсутствие у Потребителя просроченной задолженности перед Обществом на дату подписания генеральным директором Общества приказа о предоставлении скидки на услуги по аэропортовому и наземному обслуживанию.

6.7 Коммерческий отдел ежемесячно проводит анализ деятельности Потребителей на предмет соблюдения условий предоставления скидок и отсутствия задолженности. В случае нарушения любого критерия коммерческий отдел незамедлительно сообщает об этом генеральному директору Общества.

6.8 В случае возникновения просроченной задолженности у Потребителя по оплате услуг за аэропортовое и наземное обслуживание перед Обществом на первое число каждого месяца, Общество может отказать Потребителю в предоставлении скидки. Отказ Потребителю в предоставлении скидки на услуги по аэропортовому и наземному обслуживанию оформляется приказом генерального директора Общества.

6.9 Потребитель может претендовать на возобновление получения скидки на услуги по аэропортовому и наземному обслуживанию, если выполнены условия п. 6.5 и п. 6.6.

6.10 Условия, по достижению которых для рейсов Потребителя могут быть применены скидки согласно настоящей Маркетинговой политике:

– для регулярных пассажирских и грузовых рейсов по Новому направлению полетов – четыре и более фактических полета в календарный месяц;

– для регулярных пассажирских и грузовых рейсов по Дополнительной частоте полетов – если фактическая Дополнительная частота полетов Потребителя составляют не менее четырех рейсов в календарный месяц.

6.11 Скидки на услуги по аэропортовому и наземному обслуживанию, предусмотренные настоящей Маркетинговой политикой, предоставляются:


– для регулярных пассажирских и грузовых рейсов, выполняемых по Новому направлению полетов;

– для регулярных пассажирских и грузовых рейсов, выполняемых по Дополнительной частоте полетов.

6.12 Приоритетность Скидок:

6.12.1 Скидка на услуги по аэропортовому и наземному обслуживанию Регулярных пассажирских рейсов, выполняемых по Новому направлению полетов, является приоритетной по отношению ко всем остальным скидкам, предоставляемой одному и тому же Потребителю. Второй по приоритетности является скидка по Дополнительной частоте.

6.12.2 Одновременное применение (наложение) различных скидок (понижающих коэффициентов) на услуги по аэропортовому и наземному

	Маркетинговая политика ЗАО «Аэропорт «Храброво»	Стр. 11
		1-7 10 01 0515

обслуживанию на один и тот же рейс не допускается (скидки между собой не суммируются).


6.13 Определение условий и начисление скидок на услуги по аэропортовому и наземному обслуживанию для транзитных рейсов осуществляется отдельно для каждой Авиационной линии, соответствующей участкам маршрута рейсов «из» Аэропорта. При этом допускается применение различных видов скидок на услуги по аэропортовому и наземному обслуживанию для каждой Авиационной линии. Если под действие скидки попадает только одна Авиационная линия, соответствующая одному из участков маршрута, то скидка начисляется на один номер рейса, в направлении вылета из Аэропорта на данной Авиационной линии.

6.14 Определение условий предоставления скидок для Регулярных пассажирских и грузовых рейсов Потребителей РФ по Новому направлению полетов и по Дополнительной частоте полетов в рассматриваемом календарном месяце проводится на основании расписания, опубликованного ЦРТ.

6.15 Количество рейсов при начислении скидок определяется по вылетам/прилетам из/в Аэропорта (время UTC).

6.16 В случае если Потребитель вносит изменения в расписание или в схему выполнения рейса, из-за которых рейс перестает соответствовать условиям предоставления назначенных ранее скидок в соответствии с настоящей Маркетинговой политикой, Общество имеет право незамедлительно привести уровень предоставляемых скидок в соответствие новым параметрам выполнения рейса.

6.17 Общество вправе в любое время в одностороннем порядке приостановить либо прекратить действие Маркетинговой политики, изменить условия Маркетинговой политики и размер скидок с уведомлением об этом Потребителей путем отправления электронного письма на адрес, указанный в Заявке на предоставление скидок (Приложение 2), и размещения данной информации на корпоративном сайте Общества (<http://kgd.aero>) не менее чем за 10 дней до предполагаемого срока внесения изменений или прекращения действия Маркетинговой политики.

 ХРАБРОВО AIRPORT · KALININGRAD	Маркетинговая политика ЗАО «Аэропорт «Храброво»	Стр. 12
		1-7 10 01 0515

7 Условия предоставления скидок на услуги по аэропортовому и наземному обслуживанию

7.1 Скидка для регулярных пассажирских рейсов, выполняемых по Новому направлению полетов

7.1.1 Предоставляемая Обществом скидка на услуги по аэропортовому и наземному обслуживанию для рейсов, выполняемых по Новому направлению, действует не более чем в течение трех лет для одного перевозчика от даты начала полетов по Новому направлению.

Размер скидки установлен в Приложении 1.

7.1.2 Для начисления скидки, первой датой рейса, выполняемого по Новому направлению, считается дата фактического выполнения первого рейса, в случае выполнения условия п.б.б. В случае невыполнения условия п.б.б, скидка для рейсов начисляется, начиная с первой даты выполнения рейса следующего месяца, в котором выполняются условия п.б.б.


7.1.3 Если два или более Потребителя одновременно претендуют на скидку в отношении рейсов, выполняемых по Новому направлению полетов, на одной и той же Авиационной линии, в целях обеспечения недискриминационного доступа к услугам аэропорта, скидка предоставляется всем Потребителям в равной мере.

7.2 Скидка для регулярных пассажирских рейсов, выполняемых по Дополнительным частотам полетов

7.2.1 Предоставляемая Обществом скидка на услуги по аэропортовому и наземному обслуживанию для рейсов, выполняемых по Дополнительным частотам полетов на линии, начисляется в первый год полетов, при этом количество рейсов, на которые предоставляется данная скидка, не может превышать Дополнительную частоту полетов на линии.

Размер скидки установлен в Приложении 1.

7.2.2 Если два или более Потребителя одновременно претендуют на скидку в отношении рейсов, выполняемых по Дополнительным частотам полетов на одной и той же Авиационной линии, в целях обеспечения не дискриминационного доступа к услугам аэропорта, скидка предоставляется всем Потребителям в равной мере.

	Маркетинговая политика ЗАО «Аэропорт «Храброво»	Стр. 13
		1-7 10 01 0515

8 Порядок предоставления скидок

8.1 Потребитель, претендующий на получение скидок, направляет в Общество по адресу: commerce@kgd.aero заявку на предоставление скидок. Заявка должна быть получена Обществом не позднее, чем за 10 рабочих дней до даты фактического выполнения первого рейса, и не менее чем раз в сезон, в котором планируется предоставление скидок.

Сезон «Лето»: начало – последнее воскресенье марта указанного года, конец – последняя суббота октября указанного года. Сезон «Зима»: начало – последнее воскресенье октября указанного года, конец – последняя суббота марта указанного года.

Форма заявки приведена в Приложении 2.

8.2 Если условия заявки на предоставление скидок соответствуют условиям настоящей Маркетинговой политики, в Обществе издается Приказ генерального директора с указанием соответствующего размера скидки на услуги по аэропортовому и наземному обслуживанию, даты и срока начисления скидки.

8.3 В случае расхождения расчетов Потребителя и Общества, окончательное решение о размере или предоставлении скидки принимает Общество.

Разработчик

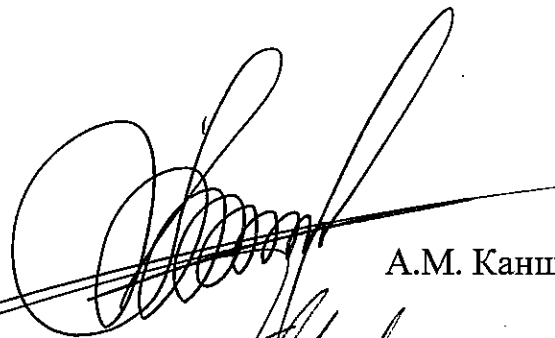
Ведущий специалист по маркетингу и работе с авиакомпаниями



Ю.В. Шерстобитова

Лист согласования

Первый заместитель генерального директора



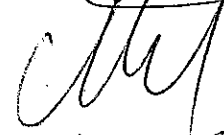
А.М. Каншаов

Заместитель генерального директора – директор производственного комплекса



А.В. Кулюкин

Финансовый директор



А.В.Никошков

Начальник отдела правового обеспечения



Г.В. Старкова

Начальник коммерческого отдела



Ф.И.Кадермеев

Начальник департамента бухгалтерского и управленческого учета - главный бухгалтер



А.Ю. Безносикова

Начальник финансово-экономического отдела



Ю.В.Медведева

Начальник производственно-диспетчерской службы



В.Н. Ярошевич

Начальник отдела стандартизации и метрологии




О.С. Кулюкина

Приложение 1

Предоставление скидок Потребителям услуг* Аэропорта Калининград (Храброво)

п/п	Вид скидки	Срок предоставления скидки	Размер скидки, %
1.	Скидки для Регулярных пассажирских и грузовых рейсов, выполняемых по Новому направлению полетов (четыре и более фактических полета в календарный месяц)		
1.1.	ВВЛ (за исключением г. Москва и г. Санкт-Петербург)	1-й год полетов	30%
		2-й год полетов	20%
		3-й год полетов	15%
1.2.	МВЛ	1-й год полетов	40%
		2-й год полетов	30%
		3-й год полетов	20%
1.3.	Транзитный рейс через аэропорт «Храброво»	1-й год полетов	70%
		2-й год полетов	50%
		3-й год полетов	40%
2.	Скидки для Регулярных пассажирских и грузовых рейсов, выполняемых по Дополнительной частоте полетов (фактическая дополнительная частота полетов не менее 4 рейсов в календарный месяц)		
2.1.	ВВЛ (за исключением г. Москва и г. Санкт-Петербург)	1-й год полетов	15%
2.2.	МВЛ	1-й год полетов	20%
2.3.	Транзитный рейс через аэропорт «Храброво»	1-й год полетов	40%
* На услуги по аэропортовому и наземному обслуживанию, определяемые согласно приказам Минтранса РФ от 17 июля 2012 года № 241 и ФСВТ РФ от 15.05.2000 года № 125 и иные услуги, определяемые согласно преysкурантам на услуги авиационной деятельности			

	Маркетинговая политика ЗАО «Аэропорт «Храброво»	Стр. 16
		1-7 10 02 0115

Приложение 2

Образец письма-заявки на предоставление скидок

(оформляется на фирменном бланке авиакомпании)

Генеральному директору
ЗАО «Аэропорт «Храброво»

В связи с намерением авиакомпании

_____ (наименование авиакомпании)

стать участником Маркетинговой политики ЗАО «Аэропорт «Храброво», прошу Вас предоставить скидку на услуги по аэропортовому и наземному обслуживанию следующих рейсов в соответствии с условиями «Маркетинговой политики ЗАО «Аэропорт «Храброво»:

На: _____ года.

Новое направление полетов (открыта свободная продажа билетов)						
Номер рейса	Период	Дни недели	Маршрут	Тип ВС	Компоновка ВС	Кол-во рейсов
Дополнительные частоты (открыта свободная продажа билетов)						
Номер рейса	Период	Дни недели	Маршрут	Тип ВС	Компоновка ВС	Кол-во рейсов

Электронный адрес для уведомления об изменениях условий «Маркетинговой политики ЗАО «Аэропорт «Храброво»»: _____

Генеральный директор _____

