
	Акционерное общество «Международный аэропорт «Калуга»	
	Маркетинговая политика	
	Издание 1	Действует с 01.01.2020

УТВЕРЖДЕНО
Советом директоров
АО «Международный аэропорт
«Калуга»
Протокол от 26.12.2019 № 167

**МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА
АО «МЕЖДУНАРОДНЫЙ АЭРОПОРТ «КАЛУГА»**

г. Калуга

2019

	Акционерное общество «Международный аэропорт «Калуга»	
	Маркетинговая политика	
	Издание 1	Действует с 01.01.2020

01. Реквизиты текущего статуса документа


Название документа:	Маркетинговая политика АО «Международный аэропорт «Калуга».
Код документа:	
Дата ввода в действие:	26.12.2019
Издание документа:	1
Введён в действие:	
Распорядительный документ:	Протокол Совета директоров от 26.12.2019 № 167
Разработчик	
Контакты разработчика:	

02. Перечень держателей документа

№ экз.	Вид носителя	Держатель	Месторасположение экземпляра
1	Бумажный	Заведующий канцелярией	Административное здание, каб. № 218
2	Электронная форма (doc, pdf)	Начальник отдела качества и безопасности полетов	Klf.aero


03. Лист регистрации изменений

Издание	Дата изменения	Описание
1		Базовая версия документа

	Акционерное общество «Международный аэропорт «Калуга»	
	Маркетинговая политика	
	Издание 1	Действует с 01.01.2020

Оглавление

1. Нормативные ссылки	4
2. Термины и определения	4
3. Цели маркетинговой политики	6
4. Принципы маркетинговой политики.....	6
5. Общие положения.....	7
6. Общий порядок участия в Программах поощрения	7
7. Общий порядок проведения Специальных акций для Заказчиков.....	9

	Акционерное общество «Международный аэропорт «Калуга»	
	Маркетинговая политика	
	Издание 1	Действует с 01.01.2020

1. Нормативные ссылки.

Настоящая Маркетинговая Политика разработана в соответствии с требованиями нормативных правовых актов:

- Воздушный кодекс Российской Федерации от 19.03.1997 N 60-ФЗ.
- Гражданский кодекс Российской Федерации.
- Федеральный закон от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции».
- Постановление Правительства РФ от 22.07.2009г. №599 «О порядке обеспечения доступа к услугам субъектов естественных монополий в аэропортах».


– Приказ Минтранса России от 17.07.2012 № 241 «Об аэронавигационных и аэропортовых сборах, тарифах за обслуживание воздушных судов в аэропортах и воздушном пространстве Российской Федерации» (вместе с "Перечнем и правилами формирования тарифов и сборов за обслуживание воздушных судов в аэропортах и воздушном пространстве Российской Федерации", "Правилами взимания рассчитанной на основе тарифов и сборов платы за обслуживание воздушных судов в аэропортах и воздушном пространстве Российской Федерации").

– Приказ ФСВТ РФ от 15.05.2000 № 125 «Об аэронавигационных и аэропортовых сборах за обслуживание воздушных судов иностранных эксплуатантов в воздушном пространстве и аэропортах Российской Федерации».


2. Термины и определения.

В настоящей Маркетинговой политике следующие термины будут иметь нижеследующее значение:

Аэропорт	Международный аэропорт Калуга (Грабцево)
Воздушное судно (ВС)	Любое воздушное судно, которое находится во владении, аренде, собственности, совершает регулярные и чартерные рейсы, нанято или эксплуатируется, или иным образом используется самим Перевозчиком
Договор (соглашение, контракт) наземном обслуживании	Договор (соглашение, контракт) об оказании услуг, заключенный между Перевозчиком и Обслуживающей компанией в соответствии с законодательством РФ, предусматривающий оказание Обслуживающей компанией Перевозчику услуг, в том числе по ТГО.
Заказчик	Физическое и/или юридическое лица, пользующиеся услугами Общества, в том числе Перевозчики.

	Акционерное общество «Международный аэропорт «Калуга»	
	Маркетинговая политика	
	Издание 1	Действует с 01.01.2020

Куратор	Должностное лицо Общества, назначенное приказом генерального директора ответственным за ведение программы поощрения Перевозчиков или специальной акции для Потребителей. Куратор назначается из сотрудников подразделения, выступившего инициатором разработки Программы или Специальной акции.
Меры маркетингового стимулирования	Понижающие коэффициенты, в том числе выражающиеся в Пакетных предложениях, бонусные выплаты.
Общество, Обслуживающая компания	Акционерное общество «Международный аэропорт «Калуга»
Отчётный период	Период, в течение которого применяются меры маркетингового стимулирования.
Пакетные предложения	Меры маркетингового стимулирования, заключающиеся в применении понижающих коэффициентов к стоимости Услуг по ТГО, объединяемых в Пакеты услуг по ТГО.
Перевозчик	Эксплуатант, осуществляющий воздушные перевозки пассажиров, багажа, грузов или почты и имеющий лицензию на осуществление подлежащего лицензированию в соответствии с законодательством Российской Федерации вида деятельности в области авиации.
Прейскурант	Документ, устанавливающий тарифы, стоимость оказания каких-либо услуг Обслуживающей компанией, утверждаемый Обслуживающей компанией в соответствии с требованиями применимого законодательства РФ.
Программа поощрения	Утверждённый документ, регламентирующий условия предоставления, размер, сроки предоставления скидок и дополнительных услуг Заказчикам. Программы поощрения являются составляющей Маркетинговой политики Общества.
Просроченная задолженность	Задолженность за товары, работы, услуги, не оплаченный установленный договором (соглашением, контрактом) срок, признанная Перевозчиком, либо, указанная во вступившем в законную силу решении суда о признании просроченной задолженности.
Разворотный рейс	Оборот ВС, совершенный в международном аэропорту Калуга (Грабцево) одним и тем же ВС, фактический временной интервал между прибытием и отправлением

	Акционерное общество «Международный аэропорт «Калуга»	
	Маркетинговая политика	
	Издание 1	Действует с 01.01.2020

которого после смены загрузки, пассажиров и/или экипажа меньше или равен общей продолжительности наземного обслуживания по ТГО «прилёт» и ТГО «вылет» для данного типа ВС.

Расчётный период	Период в течение которого оцениваются результативные показатели деятельности Перевозчика в Аэропорту.
Специальная акция	Метод стимулирования продаж услуг Заказчикам, ограниченный определённым сроком.
ТГО	Технологический график наземного обслуживания воздушного судна Перевозчика.

3. Цели Маркетинговой политики

Настоящая Маркетинговая политика определяет условия и порядок применения Обществом методов прямого или косвенного стимулирования продаж услуг Заказчикам в международном аэропорту Калуга (Грабцево) в целях:


- Расширение маршрутной сети в/из международного аэропорта Калуга (Грабцево).
- Повышения конкурентоспособности международного аэропорта Калуга (Грабцево).
- Привлечения новых перевозчиков – потребителей услуг Обслуживающей компании.
- Увеличение среднегодовой интенсивности рейсов ВС и снижение фактора сезонности.
- Увеличения объёмов продаж пассажирских и грузовых перевозок.
- Повышения доходности основного вида деятельности Общества.
- Развитие Аэропорта.

4. Принципы Маркетинговой политики.

Принципы Маркетинговой политики:

4.1. Маркетинговая политика Общества обеспечивает недискриминационный подход к Заказчикам, предлагая принимать участие в Программах всем Заказчикам, обслуживающимся в международном аэропорту Калуга (Грабцево), и в специальных акциях – всем заказчикам услуг Общества.

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

	Акционерное общество «Международный аэропорт «Калуга»	
	Маркетинговая политика	
	Издание 1	Действует с 01.01.2020

4.3. Маркетинговая политика Общества подразумевает экономическую обоснованность условий Программ поощрения Перевозчиком и специальных акций для Заказчиков.

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

5. Общие положения.

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

5.2. Тарифная политика Общества является одной из составляющих маркетинговой политики. Основным документом, отражающим тарифную политику Общества, является прейскурант Общества.

5.3. Маркетинговая политика подразумевает под собой применение мер поощрения, соответствующих целям маркетинговой политики, к Заказчикам Общества.

5.4. В целях развития Маркетинговой политики Обществом могут быть приняты локальные нормативные акты.

5.5. Маркетинговая политика является обязательной для всех сотрудников Общества.

5.6. Меры поощрения Заказчиков описываются Программами либо документами, регламентирующими условия проведения Специальных акций. Принять участие в Программах и Специальных акциях могут Заказчики, удовлетворяющие условиям проведения Программ и Специальных акций. Программа либо документ, регламентирующий условия проведения Специальной акции, утверждаются Советом директоров Общества.

5.7. Разработка Программ и условий проведения Специальных акций производится сотрудниками коммерческого отдела на основании анализа результатов деятельности Общества. Куратором Программы либо Специальной акции является должностное лицо коммерческого отдела, назначенное Приказом генерального директора Общества с учетом целей каждой конкретной Программы либо Специальной акции.


6. Общий порядок участия в Программах поощрения.

6.1. Основание для участия в Программах являются:

– Соответствие Заказчика условиям проведения Программ.

– Направление Заказчиком в Общество письменной заявки на участие в Программе.

6.2. Участие в Программе оформляется следующим образом:

	Акционерное общество «Международный аэропорт «Калуга»	
	Маркетинговая политика	
	Издание 1	Действует с 01.01.2020

– Акцептованная Обществом заявка Заказчика на участие в Программе, либо

– подписанный договор (соглашение, контракт) об оказании услуг, в котором зафиксирована стоимость обслуживания в соответствии с условиями Программы, либо

– утверждённый приказом по Обществу единый размер скидки для всех Заказчиков, подпадающих под условия конкретной Программы (п.5.6.).

Вариант оформления участия в Программе определяется правилами конкретной Программы.

6.3. Скидки по различным Программам не суммируются, если условиями конкретной Программы прямо не предусмотрено иное. При соответствии условиям нескольких Программ Перевозчик вправе выбрать из них одну Программу по своему усмотрению.

6.4. Текст настоящей Маркетинговой политики, а также каждая утверждённая Программа поощрения размещается на официальном сайте международного аэропорта Калуга (Грабцево).


6.5. Заказчик, претендующий на участие в программе, направляет в АО «Международный аэропорт «Калуга» заявку на вступление в Программу в соответствии с формой, являющейся приложением к Программе, которая должна подтверждать соответствие Заказчика всем условиям Программы и подписанный Заказчиком акт сверки взаимных расчётов за предыдущий отчетный период (месяц, квартал, год). Срок рассмотрения заявки на вступление в Программу – 1 месяц с момента её получения.

6.6. Скидки предоставляются Заказчикам с момента принятия решения Обществом на основании Заявки Заказчика.

6.7. В случае, если для учёта параметров, для определения уровня скидки в конкретной Программе, требуется изменение условий действующих договоров (соглашений, контрактов) об оказании услуг, изменение условий оформляется дополнительными соглашениями к действующим договорам (соглашениям, контрактам).

6.8. В случае, если в соответствии с условиями Программы устанавливается единый понижающий коэффициент для всех Заказчиков, ответственные сотрудники готовят проект прейскуранта со ставками сборов, рассчитанными с учётом понижающего коэффициента в зависимости от объёмных показателей и проект приказа об утверждении прейскуранта. Такой вариант оформления Программы возможен в случае, если критерии Программы позволяют в полном объёме отразить условия Программы в качестве дифференцированных ставок прейскуранта.

6.9. Специалисты коммерческого отдела ведут ежемесячную проверку правильности применения условий Программ и несут ответственность за соблюдение Заказчиками условий программ в период их участия в Программах.

	Акционерное общество «Международный аэропорт «Калуга»	
	Маркетинговая политика	
	Издание 1	Действует с 01.01.2020

При несоблюдении Заказчиком условий участия в Программе Общество досрочно прекращает участие Заказчика в Программе вследствие несоответствия условиям Программы.

6.10. Уведомления о прекращении участия Заказчика в Программе либо об изменении условий в рамках программы для конкретного Заказчика с указанием причины направляется заказчику, в течение 2 (двух) рабочих дней с момента принятия решения о прекращении участия Заказчика в Программе, либо об изменении условий в рамках Программы.

7. Общий порядок проведения Специальных акций для Заказчиков.

7.1. В рамках реализации Маркетинговой политики Общество вправе проводить Специальные акции для Заказчиков. Необходимость проведения акции обосновывается документом, с указанием планируемого результата акции (маркетинговым исследованием, технико-экономическим обоснованием и т.д.). На основании указанных документов условия и сроки проводимой акции утверждаются приказом по Обществу.

7.2. При проведении Специальных акций для Заказчиков куратор акции организует размещение информации о проводимой акции на официальном сайте международного аэропорта Калуга (Габцево).