

	ПОЛИТИКА АО «Хабаровский аэропорт»		Редакция	04	Пл 02/09.43.67.04-2025
			Edition	04	
			Ревизия	02	01.10.2026
			Revision	02	

МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ АВИАКОМПАНИЙ В АЭРОПОРТУ ХАБАРОВСК (НОВЫЙ)

Дата введения – 28.03.2025 г.

г. Хабаровск

	Маркетинговая политика в отношении обслуживания авиакомпаний в аэропорту Хабаровск (Новый)	Редакция	04	Пл 02/09.43.67.04-2025
		Edition	04	28.03.2025г.
		Ревизия	02	01.10.2026
		Revision	02	

ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ДОКУМЕНТЕ

- 1 РАЗРАБОТАНА отделом коммерции АО «Хабаровский аэропорт».
- 2 УТВЕРЖДЕНА И ВВЕДЕНА В ДЕЙСТВИЕ приказом исполнительного директора АО «Хабаровский аэропорт» от 28.03.2025 г. №86.
- 3 ВВОДИТСЯ взамен Маркетинговой политики в отношении обслуживания авиакомпаний в аэропорту Хабаровск (Новый), утвержденной приказом исполнительного директора от 26.12.2024 г. №424.
- 4 ДЕЙСТВУЕТ с даты утверждения.
- 5 ОТВЕТСТВЕННЫЙ ЗА ВНЕДРЕНИЕ И КОНТРОЛЬ ИСПОЛНЕНИЯ – первый заместитель исполнительного директора АО «Хабаровский аэропорт».
- 6 ДЕРЖАТЕЛЬ ЭТАЛОННОГО ЭКЗЕМПЛЯРА – служба качества и сервиса АО «Хабаровский аэропорт».
- 7 ДЕРЖАТЕЛЬ КОНТРОЛЬНОГО ЭКЗЕМПЛЯРА – отдел коммерции.
- 8 ОТВЕТСТВЕННЫЙ ЗА КОРРЕКТИРОВКУ (ПЕРИОДИЧЕСКУЮ ПРОВЕРКУ/АКТУАЛИЗАЦИЮ) – начальник отдела коммерции совместно со службой качества и сервиса. Периодическая проверка (актуализация) документа производится отделом коммерции совместно со службой качества и сервиса с интервалом не реже одного раза в год.

© Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен и тиражирован без письменного разрешения АО «Хабаровский аэропорт».

Перед использованием проверьте актуальность документа	Страница	2 из 18	Редакция	04
	Page	2 of 18	Edition	04

	Маркетинговая политика в отношении обслуживания авиакомпаний в аэропорту Хабаровск (Новый)		Редакция	04	Пл 02/09.43.67.04-2025 28.03.2025г.
			Edition	04	
			Ревизия	02	01.10.2026
			Revision	02	

ОГЛАВЛЕНИЕ

1	ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ	5
2	НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ.....	5
3	ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ	5
4	ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	8
5	МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРОГРАММЫ	9
	ПРОГРАММА «НОВАЯ АВИАКОМПАНИЯ».....	9
	ПРОГРАММА «БАЗОВЫЙ ПЕРЕВОЗЧИК».....	10
	ПРОГРАММА «РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕЙ МАРШРУТНОЙ СЕТИ».....	10
	ПОДПРОГРАММА «РАЗВИТИЕ МАРШРУТНОЙ СЕТИ ВНУТРИ ХАБАРОВСКОГО КРАЯ»	11
	ПОДПРОГРАММА «РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ СЕТИ АВИАПЕРЕВОЗОК ВНУТРИ ДФО»	11
	ПОДПРОГРАММА «РАЗВИТИЕ МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫХ РЕЙСОВ»	12
	ПОДПРОГРАММА «РАЗВИТИЕ МАГИСТРАЛЬНЫХ РЕЙСОВ»	12
	ПРОГРАММА «РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ МАРШРУТНОЙ СЕТИ».....	13
	ПРОГРАММА «ПОДДЕРЖКА ПЕРЕВОЗЧИКОВ ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ ОСНОВНОЙ ПАССАЖИРОПОТОК»	14
	ПРОГРАММА «СОХРАНЕНИЕ ПРОВОЗНОЙ ЕМКОСТИ НА МАГИСТРАЛЬНЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ»	14
6	ПОРЯДОК ПРИСОЕДИНЕНИЯ К МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКЕ	15
7	КОНТРОЛЬ ИСПОЛНЕНИЯ ТРЕБОВАНИЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ .	16
	ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....	17
	ЛИСТ ОЗНАКОМЛЕНИЯ С ПОЛИТИКОЙ	18

Перед использованием проверьте актуальность документа	Страница	3 из 18	Редакция	04
	Page	3 of 18	Edition	04

	Маркетинговая политика в отношении обслуживания авиакомпаний в аэропорту Хабаровск (Новый)	Редакция	04	ПЛ 02/09.43.67.04-2025
		Edition	04	28.03.2025г.
		Ревизия	02	01.10.2026
		Revision	02	

1 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ

- 1.1** Настоящая Маркетинговая Политика определяет условия и порядок предоставления скидок к тарифам и сборам за наземное обслуживание авиакомпаниям, выполняющим рейсы через международный аэропорт Хабаровск (Новый) (далее – Аэропорт).
- 1.2** Настоящая Маркетинговая Политика АО «Хабаровский аэропорт» (далее – Общество) разработана в целях:
- 1 Стимулирования Перевозчиков к увеличению количества выполняемых рейсов, увеличению пассажиропотока и грузопотока.
 - 2 Расширения географии полетов из/в Аэропорта.
 - 3 Восстановления полетов по ранее выполняемым направлениям.
 - 4 Привлечения новых Перевозчиков.
 - 5 Увеличения объема продаж товаров, работ, услуг Аэропорта, связанных с авиационными видами деятельности.
 - 6 Повышения конкурентоспособности Аэропорта на дальневосточном рынке авиационных перевозок.
 - 7 Сохранения частотности полетов и маршрутов авиакомпаний в период кризисных ситуаций.
 - 8 Поддержки авиакомпаний в условиях действия внешних ограничений на выполнение авиаперелетов.

2 НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ

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

- 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».
- 5 Постановление Правительства РФ от 22.07.2009г. №599 «О порядке обеспечения доступа к услугам субъектов естественных монополий в аэропортах».

3 ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

Для целей настоящей Маркетинговой Политики применяются следующие термины, определения и сокращения:

Перед использованием проверьте актуальность документа	Страница	5 из 18	Редакция	04
	Page	5 of 18	Edition	04

	Маркетинговая политика в отношении обслуживания авиакомпаний в аэропорту Хабаровск (Новый)	Редакция	04	Пл 02/09.43.67.04-2025
		Edition	04	28.03.2025г.
		Ревизия	02	01.10.2026
		Revision	02	

ВВЛ – внутренние воздушные линии.

МВЛ – международные воздушные линии.

ВС – воздушное судно.

IATA (International Air Transport Association) – международная ассоциация воздушного транспорта.

MTOW (Maximum Take-off Weight), MBM – максимально допустимая полная масса самолета на взлете.

Аффилированная авиакомпания (перевозчик) – авиационная компания, являющаяся аффилированным лицом.¹

Комплексный договор об оказании услуг в аэропорту Хабаровск (Новый) – договор, заключенный между Обществом и Перевозчиком (авиакомпанией) об оказании услуг по наземному обслуживанию воздушных судов.

Базовый набор услуг по наземному обслуживанию – перечень услуг, оказываемых Обществом Перевозчику и/или его аффилированным лицам, включающий в себя:

- взлёт-посадка;
- обеспечение транспортной безопасности;
- предоставление аэровокзального комплекса;
- обслуживание пассажиров;
- доставка пассажиров к/от ВС;
- использование телескопического трапа;
- внутренняя уборка ВС.

Примечание: услуги «предоставление аэровокзального комплекса», «обслуживание пассажиров» и «использование телескопического трапа» при выполнении внутренних рейсов оплачиваются по прейскуранту АО «Международный аэропорт Хабаровск».

Расширенный набор услуг по наземному обслуживанию – перечень услуг, оказываемых Обществом Перевозчику и/или его аффилированным лицам, включающий в себя все услуги по аэропортовому и наземному обслуживанию в Аэропорту за исключением обеспечения заправки авиационным топливом воздушного судна, представительских услуг, а также товаров (топливо для реактивных двигателей, противообледенительная жидкость (ПОЖ) и прочее).

Новое направление полетов – направление, на котором регулярные пассажирские рейсы из/в Аэропорта не выполнялись в течение двух предшествующих календарных лет.

¹ В целях данной Маркетинговой Политики для подтверждения аффилированности одного авиаперевозчика с другим авиаперевозчиком должны быть предоставлены подтверждающие документы.

Перед использованием проверьте актуальность документа	Страница	6 из 18	Редакция	04
	Page	6 of 18	Edition	04

	Маркетинговая политика в отношении обслуживания авиакомпаний в аэропорту Хабаровск (Новый)	Редакция	04	ПЛ 02/09.43.67.04-2025
		Edition	04	28.03.2025г.
		Ревизия	02	01.10.2026
		Revision	02	

Стратегическое направление полетов – направление полетов, являющиеся для Аэропорта приоритетным, полеты на котором позволяют удовлетворить спрос на внутрироссийские направления и повысить транспортную доступность ДФО. В перечень стратегических направлений входят (при выполнении прямого беспосадочного рейса):

- Санкт-Петербург.
- Краснодар.
- Сочи.
- Симферополь.
- Калининград.
- Казань.

Авиакомпания (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.

Новая Авиакомпания – это Авиакомпания, которая не выполняла регулярные полеты из/в Аэропорта в течение предшествующих 5 сезонов IATA.

Грузовой рейс – это рейс, выполняемый на воздушном судне, специально предназначенном и оборудованном только для перевозки груза, в том числе пассажирский тип ВС, переоборудованный под перевозку груза.

Скидка – уменьшение стоимости услуги на определенный процент и в определенный временной промежуток, в случае выполнения Перевозчиком условий настоящей Маркетинговой Политики.

Специальный тариф – зафиксированный сниженный уровень тарифа на определенные услуги в определенный временной промежуток, в случае выполнения Перевозчиком условий настоящей Маркетинговой Политики.

Базовый перевозчик – Перевозчик, заключивший с Обществом соответствующее соглашение и осуществляющий базирование не менее одного ВС в Аэропорту.

Перед использованием проверьте актуальность документа	Страница	7 из 18	Редакция	04
	Page	7 of 18	Edition	04

	Маркетинговая политика в отношении обслуживания авиакомпаний в аэропорту Хабаровск (Новый)	Редакция	04	ПЛ 02/09.43.67.04-2025
		Edition	04	28.03.2025г.
		Ревизия	02	01.10.2026
		Revision	02	

4 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- 4.1** Скидки, в соответствии с настоящей Маркетинговой Политикой, предоставляются только Перевозчикам, заключившим с Обществом Комплексный договор об оказании услуг в аэропорту Хабаровск (Новый).
- 4.2** Скидки, в соответствии с настоящей Маркетинговой Политикой, не предоставляются Перевозчикам, получающим услуги по наземному обслуживанию воздушных судов в Аэропорту у третьих лиц.
- 4.3** Скидки, в соответствии с настоящей Маркетинговой Политикой, предоставляются Перевозчикам после подписания Сторонами соответствующего Маркетингового соглашения к Комплексному договору об оказании услуг в аэропорту Хабаровск (Новый).
- 4.4** Условием предоставления Перевозчикам скидок в рамках настоящей Маркетинговой Политики, является отсутствие у Перевозчика задолженности по оплате оказанных услуг перед Обществом на дату подписания Маркетингового соглашения, являющегося приложением к Комплексному договору об оказании услуг в Аэропорту, а также отсутствие задолженности в течение всего периода участия Перевозчика в Маркетинговой Политике. Отсутствие задолженности подтверждается актами сверки на каждую отчетную дату подписанными обеими сторонами (Общество и Перевозчик).
- 4.5** В случае, если в период действия скидок в соответствии с настоящей Маркетинговой Политикой, у Перевозчика образуется задолженность по оплате за услуги, оказанные Обществом в соответствии с Комплексным договором об оказании услуг в аэропорту Хабаровск (Новый), действие Маркетинговой Политики в отношении Перевозчика может быть прекращено в одностороннем порядке Обществом.
- 4.6** После погашения задолженности возобновление действия Маркетинговой Политики не осуществляется.
- 4.7** Общество вправе в одностороннем порядке приостановить, прекратить действие либо изменить условия настоящей Маркетинговой Политики и размер скидок с обязательным уведомлением об этом Перевозчиков в письменном виде не менее чем за 30 дней до начала очередного сезона полетов IATA.
- 4.8** Маркетинговая Политика публикуется на официальном сайте Аэропорта – <https://khv.aero>.
- 4.9** В случае прекращения действия Маркетинговой Политики, пересчет ранее предоставленных скидок не производится.
- 4.10** В рамках Маркетинговой Политики реализуются Маркетинговые Программы и Подпрограммы.

Перед использованием проверьте актуальность документа	Страница	8 из 18	Редакция	04
	Page	8 of 18	Edition	04

	Маркетинговая политика в отношении обслуживания авиакомпаний в аэропорту Хабаровск (Новый)	Редакция	04	ПЛ 02/09.43.67.04-2025
		Edition	04	28.03.2025г.
		Ревизия	02	01.10.2026
		Revision	02	

4.11 Сроки действия Маркетинговых Программ устанавливаются Маркетинговыми соглашениями, заключаемыми между Авиакомпаниями и Обществом.

4.12 В случае если рейс Перевозчика подпадает под действие нескольких Программ, Перевозчик самостоятельно выбирает приоритетную. Скидки по нескольким Программам для одного выполняемого рейса не суммируются, если иное не указано в особых условиях применения Программы.

4.13 Действие Маркетинговых Программ в отношении Перевозчика может быть прекращено в случае:

- неисполнения Перевозчиком условий применения положений Маркетинговой Политики, или Маркетинговой Программы;
- невыполнения Перевозчиком заявленных частот на 20% и более;
- прекращения действия Маркетинговой Политики по инициативе Общества;
- истечения срока действия Маркетинговой Программы.

5 МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРОГРАММЫ

ПРОГРАММА «НОВАЯ АВИАКОМПАНИЯ»

Период действия Программы: 4 сезона IATA

Цель Программы:

- привлечение новых Перевозчиков (авиакомпаний) в Аэропорт, увеличение количества взлетно-посадочных операций и расширение географии полетов.

Право получения скидок:

- применяется для Новой Авиакомпании.

Особые условия применения Программы:

- распространяется только на регулярные пассажирские рейсы;
- если рейсы Перевозчика подпадают под действие других Программ, то скидки суммируются.

Размер скидки по Программе

Услуги, на которые предоставляется скидка	Размер скидки (%)
	вне зависимости от частоты рейсов
Базовый набор услуг по наземному обслуживанию	15

Перед использованием проверьте актуальность документа	Страница	9 из 18	Редакция	04
	Page	9 of 18	Edition	04

	Маркетинговая политика в отношении обслуживания авиакомпаний в аэропорту Хабаровск (Новый)	Редакция	04	ПЛ 02/09.43.67.04-2025
		Edition	04	28.03.2025г.
		Ревизия	02	01.10.2026
		Revision	02	

ПРОГРАММА «БАЗОВЫЙ ПЕРЕВОЗЧИК»

Цель Программы:

- стимулирование Авиакомпаний к базированию воздушных судов в Аэропорту в целях выполнения программ полетов.

Право получения скидок:

- применяется для Базового перевозчика.

Особые условия применения Программы:

- распространяется только на регулярные рейсы;
- базирование минимум одного ВС в Аэропорту;
- заключение специального соглашения о базировании воздушных судов в Аэропорту;
- совокупная среднегодовая частотность выполнения рейсов из Аэропорта, по состоянию на 01 марта 2025 года, составляет не более 21 рейса в неделю;
- совокупная частота рейсов из Аэропорта с заявленного сезона составляет не менее 28 рейсов в неделю.

Размер скидки по Программе

Услуги, на которые предоставляется скидка	Размер скидки (%)
	на все частоты авиакомпаний
Расширенный набор услуг по наземному обслуживанию	25

ПРОГРАММА «РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕЙ МАРШРУТНОЙ СЕТИ»

Период действия Программы: не менее 4 сезонов IATA

Цель Программы:

- стимулирование действующих Перевозчиков к увеличению частоты выполнения рейсов по существующим внутрироссийским маршрутам полетов из/в Аэропорта;
- стимулирование Перевозчиков к началу (возобновлению) полетов по новым маршрутам или ранее выполнявшимся маршрутам из/в Аэропорта.

Право получения скидок:

- применяется для Перевозчика, увеличившего частоту полетов по выполняемым внутренним направлениям или открывшего Новые направления полетов из/в Аэропорта.

Перед использованием проверьте актуальность документа	Страница	10 из 18	Редакция	04
	Page	10 of 18	Edition	04

	Маркетинговая политика в отношении обслуживания авиакомпаний в аэропорту Хабаровск (Новый)	Редакция	04	ПЛ 02/09.43.67.04-2025
		Edition	04	28.03.2025г.
		Ревизия	02	01.10.2026
		Revision	02	

Особые условия применения Программы:

- действие распространяется на Перевозчиков, увеличивших частоту выполнения рейсов по каждому направлению полета в отдельности относительно аналогичного сезона базового года. Базовым годом считается год, предшествующий году присоединения Перевозчика к Программе;
- действует только для регулярных пассажирских рейсов;
- при увеличении Перевозчиком частоты полетов на ранее выполняемых маршрутах, скидки действуют только на дополнительные частоты, при условии, что дополнительные частоты выполняются на протяжении всего сезона ИАТА, либо дополнительные частоты выполняются под другим номером рейса.

ПОДПРОГРАММА «РАЗВИТИЕ МАРШРУТНОЙ СЕТИ ВНУТРИ ХАБАРОВСКОГО КРАЯ»

Особые условия применения Подпрограммы:

- применяется только для рейсов, выполняемых внутри Хабаровского края;
- участвуют существующие направления полетов при увеличении на них частоты не менее чем на 3 рейса в неделю;
- участвуют рейсы, выполняемые на ВС с компоновкой не менее 50 пассажирских кресел.

Размер скидки по Подпрограмме

Услуги, на которые предоставляется скидка	Размер скидки (%)	
	3-4 рейса в неделю	5 и более рейсов в неделю
Базовый набор услуг по наземному обслуживанию	20	30

ПОДПРОГРАММА «РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ СЕТИ АВИАПЕРЕВОЗОК ВНУТРИ ДФО»

Особые условия применения Подпрограммы:

- применяется только для рейсов, выполняемых внутри Дальневосточного Федерального округа;
- участвуют Новые направления полетов;
- участвуют существующие направления полетов при увеличении на них частоты не менее чем на 2 рейса в неделю;
- участвуют рейсы, выполняемые на ВС с компоновкой не менее 80 пассажирских кресел.

Перед использованием проверьте актуальность документа	Страница	11 из 18	Редакция	04
	Page	11 of 18	Edition	04

	Маркетинговая политика в отношении обслуживания авиакомпаний в аэропорту Хабаровск (Новый)	Редакция	04	ПЛ 02/09.43.67.04-2025 28.03.2025г.
		Edition	04	
		Ревизия	02	01.10.2026
		Revision	02	

Размер скидки по Подпрограмме

Услуги, на которые предоставляется скидка	Размер скидки (%)		
	2 рейса в неделю	3-5 рейсов в неделю	6 и более рейсов в неделю
Базовый набор услуг по наземному обслуживанию	15	25	35

ПОДПРОГРАММА «РАЗВИТИЕ МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫХ РЕЙСОВ»

Особые условия применения Подпрограммы:

- применяется только для рейсов, выполняемых за пределы Дальневосточного Федерального округа;
- действие не распространяется на рейсы, выполняемые на направлении Москва;
- участвуют Новые направления полетов;
- участвуют существующие направления полетов при увеличении на них частоты не менее чем на 2 рейса в неделю.

Размер скидки по Подпрограмме

Услуги, на которые предоставляется скидка	Размер скидки (%)		
	1-3 рейса в неделю	4-5 рейсов в неделю	6 и более рейсов в неделю
Базовый набор услуг по наземному обслуживанию	25	30	35

ПОДПРОГРАММА «РАЗВИТИЕ МАГИСТРАЛЬНЫХ РЕЙСОВ»

Особые условия применения Подпрограммы:

- применяется только для рейсов, выполняемых за пределы Дальневосточного Федерального округа;
- действие не распространяется на рейсы, выполняемые на направлении Москва;
- принимают участие только рейсы, выполняемые на ВС с компоновкой более 200 пассажирских кресел;
- участвуют Новые направления полетов;
- участвуют Стратегические направления полетов;
- не участвуют существующие направления полетов, за исключением Стратегических.

Размер скидки по Подпрограмме

Услуги, на которые предоставляется скидка	Размер скидки (%)		
	1 рейс в неделю	2-4 рейса в неделю	5 и более рейсов в неделю
Базовый набор услуг по наземному обслуживанию	30	50	70

Перед использованием проверьте актуальность документа	Страница	12 из 18	Редакция	04
	Page	12 of 18	Edition	04

	Маркетинговая политика в отношении обслуживания авиакомпаний в аэропорту Хабаровск (Новый)	Редакция	04	ПЛ 02/09.43.67.04-2025
		Edition	04	28.03.2025г.
		Ревизия	02	01.10.2026
		Revision	02	

ПРОГРАММА «РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ МАРШРУТНОЙ СЕТИ»

Период действия Программы: не менее 4 сезонов IATA

Цель Программы:

- стимулирование действующих Авиакомпаний к выполнению полетов на новых международных маршрутах из/в Аэропорта;
- привлечение новых Перевозчиков, расширение географии полетов и увеличение количества рейсов на международных направлениях.

Право получения скидок:

- применяется для Перевозчиков выполняющих регулярные пассажирские международные рейсы из/в Аэропорта.

Особые условия применения Программы:

- распространяется только на регулярные международные рейсы;
- распространяется только на российские Авиакомпании;
- участвуют Новые направления полетов;
- если два и более Перевозчика одновременно заявили о выполнении рейсов по Новому направлению, скидка предоставляется всем заявившимся Перевозчикам;
- участвуют существующие направления полетов при увеличении на них частоты не менее чем на 2 рейса в неделю;
- при выполнении полетов на существующих направлениях в программе участвуют рейсы, выполняемые на ВС с компоновкой не менее 150 пассажирских кресел;
- при увеличении Перевозчиком частоты полетов на ранее выполняемых маршрутах, скидки действуют только на дополнительные частоты;
- участвует Перевозчик, согласовавший с Аэропортом программу выполнения рейсов минимум на один сезон IATA;
- частота выполнения рейсов из Аэропорта составляет не менее одного рейса в неделю;
- размер скидки не зависит от частоты выполнения рейсов

Размер скидки по Подпрограмме

Услуги, на которые предоставляется скидка	Размер скидки (%)	
	ВС с компоновкой менее 235 кресел	ВС с компоновкой 235 и более кресел
Базовый набор услуг по наземному обслуживанию	30	50

Перед использованием проверьте актуальность документа	Страница	13 из 18	Редакция	04
	Page	13 of 18	Edition	04

	Маркетинговая политика в отношении обслуживания авиакомпаний в аэропорту Хабаровск (Новый)		Редакция	04	Пл 02/09.43.67.04-2025 28.03.2025г.
			Edition	04	
			Ревизия	02	01.10.2026
			Revision	02	

ПРОГРАММА «ПОДДЕРЖКА ПЕРЕВОЗЧИКОВ ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ ОСНОВНОЙ ПАССАЖИРОПОТОК»

Период действия Программы: 5 сезонов IATA

Цель Программы:

- стимулирование действующих Перевозчиков к увеличению количества выполняемых рейсов.

Право получения специального тарифа:

- применяются для Перевозчиков обеспечивших не менее 30% пассажиропотока Аэропорта в году предшествующему году присоединению Перевозчика к Программе.

Особые условия применения Программы:

- в случае применения специального тарифа к услуге, скидки в рамках других действующих Программ на данную услугу не распространяются;
- специальный тариф на наземное обслуживание зависит от эксплуатируемого типа ВС на рейсе;
- в случае выполнения полетов несколькими Аффилированными авиакомпаниями учитывается суммарный пассажиропоток;
- установленные специальные тарифы ежегодно индексируются на уровень индекса потребительских цен по данным Росстата.

Стоимость услуг по Программе

Услуги, на которые устанавливается специальный тариф	Воздушное судно	Стоимость руб. без НДС
Тариф за внутреннюю уборку	ВС с МВМ до 50 тонн	7 200
	ВС с МВМ от 50 до 150 тонн	9 600
	ВС с МВМ свыше 150 тонн	21 700

ПРОГРАММА «СОХРАНЕНИЕ ПРОВОЗНОЙ ЕМКОСТИ НА МАГИСТРАЛЬНЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ»

Период действия Программы: 3 сезона IATA

Цель Программы:

- поддержка внутренних дальнемагистральных направлений, направленная на обеспечение транспортной связанности с центральными и западными регионами РФ за счет сохранения частотности и объема пассажирских перевозок;
- стимулирование действующих Перевозчиков к сохранению количества

Перед использованием проверьте актуальность документа	Страница	14 из 18	Редакция	04
	Page	14 of 18	Edition	04

	Маркетинговая политика в отношении обслуживания авиакомпаний в аэропорту Хабаровск (Новый)		Редакция	04	Пл 02/09.43.67.04-2025 28.03.2025г.
			Edition	04	
			Ревизия	02	01.10.2026
			Revision	02	

выполняемых рейсов;

- сохранение объема перевозки пассажиров на прямых беспосадочных рейсах с использованием дальнемагистральных воздушных судов.

Право получения скидки:

- применяется для Перевозчиков, выполняющих с использованием дальнемагистральных воздушных судов ежедневные рейсы на направлении и обеспечивших не менее 70% пассажиропотока Аэропорта по данному направлению в сезоне ИАТА предшествующему сезону ИАТА присоединения Перевозчика к Программе.

Особые условия применения Программы:

- действие распространяется только на прямые беспосадочные регулярные магистральные рейсы на внутренних направлениях;
- скидка предоставляется Перевозчику, заявившему выполнение полетов на направлении в предстоящем сезоне ИАТА с увеличенной, или сохраненной частотой по отношению к предшествующему аналогичному сезону ИАТА;
- предоставление скидок прекращается при сокращении по итогам сезона ИАТА показателей пассажиропотока, провозной емкости и количества рейсов более чем на 5%, по отношению к аналогичному предшествующему сезону ИАТА;
- в случае выполнения полетов несколькими аффилированными авиакомпаниями, для применения условий данной Программы учитывается их суммарный пассажиропоток, включающий только прямые беспосадочные рейсы с использованием дальнемагистральных воздушных судов на указанном направлении.

Размер скидки по Программе

Услуги, на которые предоставляется скидка	Размер скидки (%)
Базовый набор услуг по наземному обслуживанию	10

6 ПОРЯДОК ПРИСОЕДИНЕНИЯ К МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКЕ

6.1 Заявка Перевозчика на участие в Маркетинговой Политике

- 6.1.1 Перевозчик, претендующий на получение скидок, направляет в Общество заявку с запросом на участие в Маркетинговой Политике по форме, приведенной в Приложении 1.
- 6.1.2 Заявка должна быть направлена не позднее 30 дней до начала сезона ИАТА. Заявка направляется по электронному адресу office@airkhv.ru. Заявка должна быть подписана уполномоченным лицом Перевозчика.

Перед использованием проверьте актуальность документа	Страница	15 из 18	Редакция	04
	Page	15 of 18	Edition	04

	Маркетинговая политика в отношении обслуживания авиакомпаний в аэропорту Хабаровск (Новый)	Редакция	04	ПЛ 02/09.43.67.04-2025
		Edition	04	28.03.2025г.
		Ревизия	02	01.10.2026
		Revision	02	

6.1.3 В заявке указываются реквизиты Маркетинговой Программы, в которой собирается принять участие Перевозчик, типы ВС, направления полетов, частотность с ежемесячной разбивкой, сезонность, прогнозируемый пассажиропоток и/или грузопоток и другая информация, достаточная для определения соответствия критериям заявленной Маркетинговой Программы.

6.2 Рассмотрение заявки Обществом и подписание Соглашения

6.2.1 Координатором при рассмотрении заявок является Отдел коммерции Общества.

6.2.2 Все вопросы, связанные с порядком применения, обмена (предоставления информации), заключения Маркетинговых соглашений осуществляются Отделом коммерции Общества.

6.2.3 Контакты для работы с Перевозчиками:

- E-mail: ovm@airkhv.ru, ykk@khv.aero;
- телефон: +7 (4212) 26-30-32.

6.2.4 Срок рассмотрения заявок – в течение двух недель после получения заявки и согласования всех необходимых параметров.

6.2.5 На основании принятия Перевозчиком условий присоединения к настоящей Маркетинговой Политике, Перевозчик и Общество заключают Маркетинговое соглашение к действующему Комплексному договору об оказании услуг в аэропорту Хабаровск (Новый) о присоединении Перевозчика к Маркетинговой Политике.

6.2.6 В случае отклонения подписания Маркетингового соглашения положения Маркетинговой Политики к Перевозчику не применяются.

6.2.7 Применение положений Маркетинговой Политики в отношении Перевозчика начинается с даты подписания Маркетингового соглашения и, соответственно, с даты первого фактически выполненного рейса, подпадающего под действие Маркетинговой Программы, если иное не указано в Маркетинговом соглашении.

7 КОНТРОЛЬ ИСПОЛНЕНИЯ ТРЕБОВАНИЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ

Контроль за процедурой управления данным документом в Обществе осуществляет первый заместитель исполнительного директора АО «Хабаровский аэропорт».

Перед использованием проверьте актуальность документа	Страница	16 из 18	Редакция	04
	Page	16 of 18	Edition	04

	Маркетинговая политика в отношении обслуживания авиакомпаний в аэропорту Хабаровск (Новый)	Редакция	04	Пл 02/09.43.67.04-2025
		Edition	04	28.03.2025г.
		Ревизия	02	01.10.2026
		Revision	02	

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

(обязательное)

Пример Заявки на предоставление скидок на наземное обслуживание
(оформляется на фирменном бланке Перевозчика)

Исполнительному директору
АО «Хабаровский аэропорт»
Алексееву Б.Г.

Прошу включить авиакомпанию _____ в «Маркетинговую Политику в отношении обслуживания авиакомпаний в аэропорту Хабаровск (Новый)» и предоставить скидки на наземное обслуживание по Программе _____ -

(наименование программы)

Название программы					
№ рейса	Маршрут	Дни недели	Кол-во рейсов	Тип ВС	Дополнительные сведения

Руководитель авиакомпании _____

ФИО, подпись, дата

Перед использованием проверьте актуальность документа	Страница	17 из 18	Редакция	04
	Page	17 of 18	Edition	04

