

Аэропорт и авиакомпания: взаимодействие на мировом авиатранспортном рынке

Железная И.П.

МГТУ ГА, г. Москва

В условиях международной конкуренции на авиатранспортном рынке становится актуальным поиск эффективной модели взаимодействия аэропорта и авиакомпании. Количество пассажиров у авиакомпании и аэропорта будет определяться эффективностью модели их взаимодействия и может привести к взаимному росту.

В основе взаимоотношений аэропорта и авиакомпании лежит классическая модель взаимодействия между покупателем и продавцом. Данная модель включает в себя следующие элементы: окружающую среду, характеристики участников, атмосферу отношений, процесс взаимодействия и стратегический результат.

Чем больше аэропорт или авиакомпания, тем больше он/она доминирует в партнерских отношениях, диктует свои условия. Большие аэропорты находятся в более выгодном положении, чем региональные, небольшие. Крупные аэропорты – хабы диктуют свои условия авиакомпаниям, а крупные авиакомпании оказывают существенное влияние на развитие регионального аэропорта.

Можно выделить факторы, ведущие к увеличению объема перевозок, зависящие как от аэропорта, так и от авиакомпании. Объединение усилий авиакомпаний и аэропорта по привлечению пассажиров дает возможность роста доходов обоих участников авиатранспортного рынка.

Уровень взаимодействия между авиакомпанией и аэропортом определяется эффективностью координации, соответствующего контроля и стимулирования спроса. Одним из таких механизмов является участие в акционерном капитале друг друга. Таким образом, авиакомпания и аэропорт заинтересованы в совместном стратегическом планировании, проведении исследований внешней среды и поведения потребителей, формировании совместных программ продвижения авиатранспортных услуг и улучшении наземного обслуживания пассажиров в аэропорту.

Таким образом, каждый из участников получает дополнительный эффект и прибыль от совместных, доверительных отношений.