

ТУРИЗМ

УДК 338.47/48 : 629.73 (045)

АНАЛІЗ ПРОЦЕСІВ ВЗАЄМОДІЇ У СИСТЕМІ АВІАЦІЯ - ТУРИЗМ

БАЛАБАНОВ Геннадій Васильович,

доктор географічних наук, професор,
Інститут міжнародних відносин Національного авіаційного університету

ТКАЧУК Леоніла Миколаївна,

кандидат географічних наук, доцент,
Інститут міжнародних відносин Національного авіаційного університету

Стаття присвячена вивченню процесів взаємодії авіаційного бізнесу і туристичної індустрії. Виявлено фактори, що сприяють інтенсифікації цієї взаємодії, її механізми, тенденції розвитку ринку авіаперевезень туристів.

Ключові слова: авіаційний бізнес, туристична індустрія, авіаперевезення, міжнародний туризм.

Постановка наукової проблеми та її значення. Тривалий час міжнародний туризм залишається однією з найшвидше прогресуючих галузей світового господарства. Все більше людей щороку подорожує світом, здійснюючи поїздки далеко за межі своєї Батьківщини. Це стало можливим завдяки прогресу на транспорті, зокрема розвитку авіаційних пасажирських перевезень.

Аналіз досліджень з цієї проблематики. Проблематика організації транспортного обслуговування в туризмі докладно вивчена російськими і вітчизняними вченими, зокрема Біржаковим М. Б. і Нікіфоровим В. І. [1], Гвозденком А. А. [2], Гуляєвим В. Г. [3], Смирновим І. Г. [5], Уваровою Г. Ш. [6] та ін.

Традиційно транспортне обслуговування туристів розглядається як сектор туристичної індустрії, обов'язкова складова туристичного пакету. Такий підхід є логічним, але не розкриває всіх аспектів взаємного впливу та ступеню взаємної залежності цих двох потужних галузей світового господарства. Авіаційні компанії по всьому світу забезпечують значну частку міжнародних туристичних поїздок, в той же час виявляються залежними від коливання туристичного попиту на ту чи іншу дестинацію. Розуміння необхідності вивчення ступеню кореляції туристичного попиту і рівня завантаженості рейсів та взаємної інтеграції між туристичним і авіаційним бізнесом реалізувалося за кордоном у виокремлення проблеми взаємодії туризму та пасажирської авіації в окремий напрямок наукових досліджень. Його розробляють Peter Forsyth [7], Anne Graham [8], Andreas Papatheodorou і Zheng Lei [9], які у 2008 році разом запропонували змістовну колективну монографію Aviation and tourism: implications for leisure travel [10]. В останній роботі розкрито різні аспекти взаємодії туризму та авіаційного бізнесу, виявлено вектори та ступень взаємного впливу, обґрунтовано необхідність узгодження бізнесових та політичних рішень у сфері взаємних інтересів. В Україні таких досліджень досі не проводилося.

Постановка проблеми. Дана стаття може вважатися спробою окреслити концептуальне ядро досліджень регулярних функціональних зв'язків між туристичними компаніями, авіалініями, глобальними мережами бронювання та іншими суб'єктами міжнародного ринку туристичних послуг.

Виклад основного змісту дослідження. Транспорт — одна з найважливіших складових матеріальної бази економіки будь-якої країни та рушійна сила суспільного розвитку. Саме прогрес у сфері транспортних засобів і інфраструктури дозволив людині розширити горизонти освоєного нею середовища шляхом здійснення подорожей на все більшу відстань. Це стало першоосновою розвитку туризму, який визначається Всесвітньою туристичною організацією (ВТО) як специфічний вид міграції, пов'язаний із переміщенням людей за межі звичного середовища з будь-якою метою окрім здійснення діяльності, що оплачується з джерел у приймаючій країні. Міжнародний туризм — це подорожі людей з однієї країни до іншої, що передбачають перетин державного кордону та часто зростання дальності переміщення. Такі подорожі потребують високої швидкості транспортних засобів та комфорту, особливо за умови, коли туризм став невід'ємною складовою життя більшості людей, методом відновлення їхніх фізичних і духовних сил та способом проведення вільного часу (вихідних, оплачуваної відпустки). Тому одним з вирішальних чинників зростання масових міжнародних подорожей став розвиток авіаційного транспорту.

Нині 52% міжнародних туристичних подорожей здійснюється авіаційним транспортом [12]. Авіація дозволяє не тільки швидко і комфортно подолати просторовий розрив між місцями проживання туристів і туристичними дестинаціями, але й є важливим чинником розвитку туристичних центрів та зон. Авіаційні компанії по всьому світі стимулюють попит на свої послуги з боку туристичного бізнесу, виплачуючи туристичним агентствам комісійну винагороду за кожне заброньоване (напряму або через глобальні мережі бронювання та резервування) місце. З іншого боку, розвиток туризму може стримуватися тим, що транспортні системи в деяких країнах не відповідають світовим стандартам в сенсі зручності, ефективності, безпеки, а транспортні проекти, зокрема будівництво нових аеропортів, потребують для своєї реалізації величезних інвестицій.

В свою чергу туризм є надзвичайно важливим чинником розвитку пасажирських авіаційних перевезень. Щорічні темпи зростання міжнародних авіаційних перевезень на початку XXI століття (2003 – 2007 рр.) склали у середньому 4,4 %, що майже в півтора рази вище за відповідні показники зростання світового ВВП (2,9%) і чітко корелює з показниками приросту міжнародних туристичних прибуттів (4,1%) за цей же період [10, 12]. При цьому у 2005 – 2007 рр. і в авіаційних пасажирських перевезеннях і у міжнародних туристичних прибуттях спостерігалось синхронне зростання темпів приросту (5,8% і 5,5 % відповідно). Найгірші роки міжнародного туризму (2001 та 2003 з показниками щорічного приросту кількості прибуттів 0% та -1,4% відповідно) виявилися таким ж невдалими і для міжнародних пасажирських авіаційних перевезень. Останні скоротилися в цей час на 0,9% та 1,1% відповідно [10,12].

Взаємний вплив авіації та туризму є багатоаспектним. Серед факторів, що найбільше впливають на перебіг процесів взаємодії, виокремимо наступні.

✓ **Технічний прогрес**, що призвів до зростання комфортності та екологічності авіаційного транспорту, збільшення дальності польотів і зниження вартості послуг. Останнє зробило авіаційні перевезення доступними не тільки для організації ділових подорожей та відпочинку багатих туристів і віпів, але й масовому споживачу. Нині ж пасажирські авіаційні перевезення у структурі туристичного продукту такі ж дешеві, як і послуги наземних видів транспорту, виключаючи тільки автомобільний транспорт в разі його використання для організації подорожей родиною.

✓ **Лібералізація сфери міжнародних зв'язків**. З одного боку, значно спростився порядок здійснення міжнародних подорожей за рахунок усунення багатьох туристичних формальностей, запровадження безвізових режимів тощо. З іншого, відкритий доступ до іноземних ринків стимулював розвиток інтернаціонального за своїм характером підприємництва, зокрема, дозволив авіаційному бізнесу розширити географію, об'єднавши країни і регіони світу у глобальну мережу туристичних дестинацій з високим рівнем транспортної доступності.

✓ **Дерегуляція ринку авіаційних перевезень**. Були зняті обмеження відносно кількості авіаліній, що можуть обслуговувати перевезення між парами міст, обсягу призначених для продажу квитків та їхньої вартості. На ринок внутрішніх перевезень стали допускатися компанії з третіх країн, з'явилися приватні авіакомпанії, що дало змогу розширити пропозицію послуг за рахунок конкуренції.

✓ **Посилення вимог до надійності й безпеки авіаперевезень** в контексті глобальної терористичної загрози та інших міжнародних за своїм характером дестабілізаційних чинників (епідеміологічна ситуація, політична нестабільність, тощо). Події 11 вересня у США та терористичні атаки в інших регіонах світу значно посилити вимоги до авіакомпаній, особливо тих, що здійснюють міжнародні рейси. Значне падіння обсягів міжнародних авіаперевезень у 2001 році (темпи зростання відновилися лише через три роки у 2004 р.) спричинило хвилю банкрутств авіаційних компаній у США та по всьому світу і мало негативний вплив на міжнародний туризм. Загроза поширення епідемії атипової пневмонії (SARC) та Іракська криза обумовили різке скорочення обсягів авіаперевезень та туристичних прибуттів у 2003 р. Деретуляція національних і регіональних ринків авіаперевезень, додаткові заходи щодо перевірки і допуску на ринок окремих авіаційних компаній, посилений контроль у аеропортах покликаний відновити довіру до авіаційного транспорту у туристів і забезпечити їхню безпеку. Прикладом такої діяльності є реалізація ініціативи ЄС щодо посилення контролю за управлінням повітряним рухом Єдине Європейське небо. Ініціатива розвитку Європейського спільного авіаційного простору передбачає прийняття державами членами ЄС та іншими учасниками ініціативи Обов'язкових вимог до безпеки, розроблених організацією Євроконтроль (ОВБС), і вимагає внести необхідні доповнення до національного законодавства для забезпечення відповідності правовим нормам ЄС.

Туризм та авіаційний транспорт взаємозалежні. Тому розуміння засад співіснування цих двох галузей світового господарства в межах системи, що дозволяє людям реалізовувати власний потенціал мобільності у сучасному глобалізованому світі, є надзвичайно важливим чинником суспільного прогресу. Механізми взаємодії туристичних агентств і фірм-туроператорів та авіакомпаній, правила і взаємні обов'язки у питаннях бронювання квитків, забезпечення безпеки пасажирів та їхнього бага-

жу, використання відповідних знижок та пільг є об'єктом спеціальних договорів та міжнародного регулювання. Турфірми укладають з авіакомпаніями договори двох видів: договір про квоту місць та агентську угоду. Квота може бути жорсткою або м'якою, від цього залежать спеціальні пільги і знижки. При жорсткій квоті вся відповідальність за неповну реалізацію місць лягає на туристичну фірму, при м'якій квоті встановлюються терміни можливої відмови турфірми від квоти або частини квоти місць, що передбачає можливість подальшого продажу цих місць самою авіакомпанією або її агентами. В разі укладання агентської угоди з авіакомпанією туристична фірма дістає можливість самостійно виступати як агентство авіакомпанії з продажу авіаквитків, що суттєво спрощує процес туропереїтингу. Отримавши доступ до мережі бронювання (найбільші комп'ютерні системи резервування в світі належать авіакомпаніям), маючи відповідне комп'ютерне забезпечення (система резервування, через яку працює турфірма, забезпечує її спеціальним устаткуванням) і права на реалізацію квитків даної авіакомпанії, спеціалісти турфірми самостійно виписують і реалізують авіаквитки.

Міжнародні авіаперевезення регулює Міжнародна асоціація повітряного транспорту (International Air Transport Association — IATA). IATA об'єднує 230 авіакомпаній, які забезпечують левову частку регулярних міжнародних авіаперевезень пасажирів (93%) та вантажів. Турфірми беруть участь в діяльності IATA через її спеціальне відділення — Міжнародну організацію агентів авіакомпаній (International Airlines Travel Agents Network — IATAN). Кожній турфірмі, що пройшла акредитацію і відповідає певним вимогам, надається спеціальний номер, що використовується для здійснення розрахунків з авіакомпаніями. Міжнародна організація агентів авіакомпаній регулює дотримання правил і стандартів діяльності, єдиних вимог до фінансового положення турфірм, що продають авіаквитки на міжнародні рейси, і виконує функції сполучної ланки між турфірмами й авіакомпаніями — членами IATA.

Особливим феноменом авіаційних перевезень, виникнення якого безпосередньо зумовлено характером розвитку туристичної індустрії, є чартерні перевезення. У 1956 р. було укладено багатосторонню угоду про комерційні права на здійснення нерегулярних повітряних перевезень у Європі, після чого окремі туристичні фірми стали активно практикувати фрахт літаків для організації подорожей закордон. Чартерні перевізники приваблювали партнерів з туристичного бізнесу більш вигідними тарифами — на 30-40% нижчими ніж у авіакомпаній, що здійснюють регулярні рейси. На відміну від регулярних авіаліній чартерні авіакомпанії повністю зорієнтовані на перевезення туристів, тому часто стають власністю туристичної фірми або ж створюються як дочірні авіакомпаніями, що виконують регулярні рейси і не бажають втрачати клієнтів-туристів через високу вартість своїх послуг. Чартерні авіаційні перевезення є безпосередньою частиною туристичного пакету і здійснюються у відповідності з географією і термінами туристичної подорожі.

За даними IATA, Європа є лідером за обсягами чартерних перевезень, на неї припадає 88% усіх пасажирів чартерних рейсів (2006 р.). Усього ж чартерні компанії оперують у 130 країнах світу, об'єднуючи 650 аеропортів, перевозячи щороку біля 120 млн. пасажирів, здійснюючи 12% загальної кількості міжнародних авіарейсів (здійснених і регулярними і чартерними авіакомпаніями разом) [8]. Інтенсивно зростає ринок чартерних перевезень у країнах Північної Африки (Єгипет, Туніс), країнах Східної та Південно-Східної Європи (Хорватія, Болгарія), країнах Карибського басейну. Створені спеціально для переміщення туристів з країни їхнього постійного проживання на відпочинок, чартерні компанії найчастіше репрезентують країну походження туристів. Це може стати проблемою для країн з потужним туристично-рекреаційним потенціалом, оскільки більшість туристів до країни приїжджатимуть, користуючись послугами домашньої чартерної авіакомпанії. Традиційно, укладаючи договори про організацію авіаційних перевезень між країнами, національні авіакомпанії домовляються про однакову частку ринку. Чартерні ж перевізники можуть суттєво знизити доходи національних авіаперевізників, що пояснює небажання деяких країн відкривати свій повітряний простір для іноземних чартерних компаній. Вирішенням цієї проблеми стали спеціальні методи державного регулювання, що дозволяли чартерним авіакомпаніям обслуговувати курортні напрямки, резервуючи подорожі до столиць, найбільших міст, промислових центрів, портів для авіакомпаній, переважно національних, що здійснюють регулярні авіарейси.

Безумовні переваги чартерних компаній у сфері цінової конкуренції, які неможливо було реалізувати на внутрінаціональних рейсах, маршрутах, що з'єднують аеропорти найбільших міст, ділових і культурних центрів світу, були згенеровані новим типом авіаційних компаній, які отримали загальну назву бюджетні авіалінії (Low Cost Carriers, LCCs). До категорії бюджетних належать компанії, що здійснюють регулярні авіаперевезення з обмеженим набором послуг на борту і на землі. Це дає їм змогу суттєво знизити ціни. Вони мають власну схему маршрутів, з'єднуючи другорядні аеропорти столиць, міста-центри регіонального значення з вигідним транспортно-географічним положенням, обминаючи при цьому великі аеропорти — хаби. Бюджетні авіалінії нині є найшвидше прогресуючим

сектором ринку авіаперевезень. Якщо раніше це стосувалося лише польотів на невеликі та середні відстані, то LCC-компанії нової генерації (зокрема, Air Asia X, Jetstar, що почали використовувати потужний Airbus A330-200) мають переконливі перспективи і на ринку авіаперевезень великої дальності. Запропоновані ними суттєво знижені ціни активізували туристичний ринок, забезпечивши значну кількість місць на різні туристичні напрями. Значна частина місць на рейси бюджетних авіаліній продається через мережу Інтернет. Такі переваги виявилися найбільш вагомими для ділового туризму, подорожей з метою відвідування родичів, а також для людей, що самостійно організують відпочинок.

За даними Міжнародної організації цивільної авіації (ICAO), з 2000 року все більша частина приросту кількості пасажирів авіаліній припадає саме на бюджетні авіалінії. Нині вже 16% усіх здійснених за рік у світі авіарейсів та 20% місць забезпечили бюджетні авіалінії. В Європі ці показники найвищі — біля 22% рейсів, у Північній Америці — 18%, у АТР — 12% [11]. Більшість провідних бюджетних авіакомпаній, таких як Ryanair, easyJet, Vueling, SkyEurope, Norwegian, Clickair, Southwest Airlines, Allegiant, WestJet, AirTran, JetBlue, AirAsia, Virgin Blue, Jetstar and Tiger Airways, не є членами IATA. За прогнозами ICAO, саме ці компанії до кінця 2010 р. будуть контролювати вже 25% світового ринку авіаційних перевезень (за підсумками 2008 р. їхня частка на ринку міжнародних авіаперевезень становила 7%, на ринку внутрішніх — 33%, що відповідно становило 20% світового ринку пасажирських авіаперевезень) [11]. Зростання ролі бюджетних авіаліній може спричинити суттєві зрушення у системі міжнародного регулювання авіаперевезень.

Роль авіаційних перевезень у туризмі не обмежується переміщенням туристів між кінцевими пунктами туристичної подорожі. Нині все більшу роль в організації відпочинку відіграє так звана мала авіація. Напрямки використання малої авіації визначаються тенденціями розвитку туристичного попиту і передбачають розширення спектру рекреаційних занять. Наприклад, здійснення польотів на спортивних літаках, гелікоптерах, планерах, мотодельтапланах та інших видах авіаційної техніки в рамках екстремального та спортивного туризму, організація авіаекскурсій, доставка туристів на маршрут у регіонах з нерозвинутою інфраструктурою наземного транспорту (гірські райони, національні парки та заповідники) тощо.

Останнім часом набуває популярності ідея розвитку космічного туризму. Космічний туризм вважається як оплачені власним коштом польоти у космос або на навколоземну орбіту з розважальною або науково-дослідницькою метою. Першими комерційними космонавтами-туристами стали громадяни Японії й Великобританії відповідно Тойохіро Акіяма і Хелен Шарман, що здійснили польоти на радянську орбітальну станцію Мір відповідно на космічних кораблях Союз ТМ-11 / Союз ТМ-10 і Союз ТМ-12 / Союз ТМ-11 у 1989 і 1990 роках за недержавними проектами телекомпанії ТBS і Джуно. Дотепер єдиним пунктом призначення космічного туризму була Міжнародна космічна станція (МКС), а польоти здійснювалися за допомогою російських космічних кораблів Союз. Організацією польотів туристів займаються Роскосмос і Space Adventures (співробітничать з 2001 року). Таким способом у космосі побували уже 7 космічних туристів, останнім 30 вересня 2009 року у космос відправився канадський мільярдер засновник Cirque du Soleil Гі Лаліберте.

Хоча вартість туру на орбіту складала 20-23 млн. доларів, а з липня 2007 року виросла до 30-40 мільйонів доларів, коло охочих побачити космос продовжує розширюватися. Розширюється і коло послуг, які зможуть отримати майбутні космічні туристи. Нині, окрім польотів на Міжнародну космічну станцію, приватні компанії-суб'єкти ринку космічного туризму (серед яких Space Adventures, Virgin Galactic, EADS Astrium) пропонують суборбітальні подорожі та польоти на літаках, де створюються ефект нульової гравітації. Американська компанія Space Adventures пропонує польоти на спеціально модифікованому Boeing 727, де відтворені умови, що дають можливість відчути стан невагомості. Квиток на такий рейс коштує 4950 доларів, вартість фрахту літака на один рейс 165 тис. доларів (максимальна кількість пасажирів 35). У 2005 році Роскосмос і Space Adventures підписали меморандум про реалізацію комерційного проекту по здійсненню обльоту Місяця. Політ планується здійснити на оновленому кораблі Союз, термін реалізації — в продовж найближчих трьох років, вартість подорожі оцінюють у 100 млн. доларів. Компанія Virgin Galactic пропонує суборбітальні польоти. Сумарна тривалість рейсу від злету (з аеродрому Spaceport America у Нью-Мексико) до приземлення складатиме 2,5 години. Регулярні туристичні польоти планують розпочати у 2010 році. Незважаючи на високу вартість — 200 тисяч доларів — уже продано більше 200 квитків і ще 85 тисяч чоловік зареєструвалися на сайті компанії, виразивши зацікавленість у польоті в космос. Аналогічні проекти суборбітальних польотів меншої тривалості і висоти розробляє і Space Adventures (вартість 102 тис. доларів). Проект першого готелю в космосі «Galactic Suite» розробили іспанський архітектор Ксав'єр Клараmun разом із групою американських інженерів приватної компанії з космічного туризму 4Frontiers Corporation з Флориди [14, 15].

Тісний зв'язок авіації і туристичної індустрії втілюється у процесі міжнародного за своїм характером міжгалузевго кооперування. Лібералізація сфери зовнішніх розрахунків, транснаціоналізація виробництва й обігу передбачає розширення сфери діяльності підприємств за межі національних економік. У туризмі процеси транснаціоналізації визначаються своєрідністю туристичного продукту. Одна його частина співвідноситься з країною, звідки походять туристи (послуги турагентств, інформаційні та консалтингові послуги, оформлення проїзних документів), друга — з транзитними територіями (авіап перевезення, товари, зокрема магазини безмитної торгівлі), третя — з країною призначення (трансферт і подорожі країною, послуги розміщення та харчування, екскурсійні послуги тощо). Товари й послуги, що пропонуються туристу, взаємодоповнюються та споживаються спільно. Таким чином, кожний конкретний постачальник, у якій би країні він не перебував, упевнений, що попит на його товар чи послугу автоматично означає попит на решту товарів і послуг туристичного призначення. Отже, виробникам конкретних товарів і послуг для туристів, зокрема авіакомпаніям, для максимізації прибутку доцільно поширювати свою діяльність на інші сфери туристичного бізнесу. Вони проникають у суміжні сфери, розширюючи межі виробничо-збутової діяльності: в напрямку до споживача, купуючи фірми-туроператори чи турагентства, або/та в напрямку до виробників туристичних послуг, купуючи засоби розміщення та харчування. Кінець кінцем авіакомпанія може керувати всім технологічним процесом виробництва та реалізації туристичних послуг.

Так, наприклад, до складу «Lufthansa group» входять більш ніж 250 дочірніх компаній та афільованих членів, які спеціалізуються на усіх видах діяльності, що пов'язані з повітряними перевезеннями (пасажирські й вантажні авіап перевезення, технічне обслуговування й ремонт повітряних суден, виробництво продуктів харчування для авіапасажирів, інформаційні технології та туристичний бізнес). «Lufthansa» є співвласником найбільших німецьких турфірм «DER» та «TUI». Майже всі авіакомпанії світу займаються готельним бізнесом («American Airlines», British Airways, KLM, SAS, «Swiss International Air Lines», «Alitalia», «Canadian Pacific Airlines», «All Nippon Airways»). Зокрема, «Air France» володіє мережею туристичних містечок «Eldorado» та готельною мережею «Le Meridien», що включає понад півсотні готелів по всьому світу.

Можливий і обернений варіант, коли потужні туристичні оператори володіють акціями авіаційних компаній, найчастіше чартерних, що дозволяє їм проводити гнучку політику щодо тарифів та пільг. Прикладом може слугувати одна з найбільших туристичних фірм Європи і світу британська компанія «Thomson Holidays» (нині частина найбільшого у світі туристичного холдингу TUI AG), яка окрім мережі готелів, круїзної компанії у 1962 р. придбала чартерну авіакомпанію Britannia. Остання нині має назву Thomson Holidays і є третьою у Великій Британії за обсягами пасажирських авіап перевезень.

Ще одним важливим аспектом взаємодії авіації і туризму є обопільна зацікавленість у розширенні та модифікації інфраструктури авіаційного транспорту. Для окремих туристичних дестинацій авіаційні перевезення є абсолютно безальтернативними, як-то для островів та регіонів, віддалених від країн, де формується туристичний попит. Водночас для регіонів з розвинутою транспортною інфраструктурою, особливо у Західній Європі, більшу роль відіграють наземні види транспорту (табл. 1).

Таблиця 1.

Частка авіаційного транспорту у загальному обсязі туристичних прибуттів, 2005 р (%).

країна	Частка авіаційного транспорту у загальному обсязі туристичних прибуттів	країна	Частка авіаційного транспорту у загальному обсязі туристичних прибуттів
Канада	40	Таїланд	85
США	60	Великобританія	70
Австралія	99	Франція	21
Японія	97	Італія	22
Гонконг	56	Іспанія	72
Сінгапур	75	Туреччина	65

Джерело: [8]

Загалом, багаторічна статистика туристичних подорожей свідчить про неухильне зростання ринку авіаційних перевезень у туризмі. Генеруючи і приймаючи туристичний потік, густозаселені і високоурбанізовані країни Західної Європи мають розвинену систему аеропортів різного призначення. Парк європейських авіаційних компаній нараховує 3,4 тис. літаків. Жорсткі вимоги ЄС щодо обмеження норм емісії CO₂ й інших парникових газів та шумового забруднення зумовили той факт, що лише 7% від загальної кількості літаків складають застарілі апарати (для порівняння у Північній Америці відповідний показник дорівнює 24%). У Німеччині аеропорти у Франкфурті-на-Майні й Мюнхені з 1 січня 2008 року запровадили нову систему стягування зборів за користування злітною смугою: аві-

авіакомпанії, які направлятимуть до Франкфурта найсучасніші літаки, платитимуть менше. Поширення цієї практики, з одного боку, сприятиме покращенню іміджу авіаційного транспорту в очах стурбованих станом навколишнього середовища європейців, з іншого — може спричинити зростання цін на авіаквитки, що в свою чергу знизить попит на авіаційні перевезення.

Серйозною проблемою, яка стримує зростання ринку туристичних авіаперевезень у Європі і в інших регіонах світу (за виключенням окремих держав Азіатсько-Тихоокеанського регіону), є надмірна завантаженість аеропортів, що призводить до затримок рейсів. Це в свою чергу викликає перевитрати дорогого палива, додаткові викиди у повітря шкідливих речовин, позначається на тарифній політиці авіакомпаній, які закладають ці збитки у вартість квитків. У Європі у 16 найбільших аеропортах більше ніж 30% рейсів затримуються на 15 хвилин. Економічна вартість таких затримок — 6 млрд. євро на рік [12]. У Північній Америці спостерігається така ж тенденція. Так у США відповідні збитки складають 5 млрд. дол. на рік [12]. Очевидною є необхідність збільшити кількість аеропортів в обох регіонах. Нові аеропорти доцільно будувати у центрах, де генеруються потужні туристичні потоки, зменшуючи таким чином відстань до потенційних клієнтів. Обопільна зацікавленість представників авіаційного та туристичного бізнесу у реалізації такого роду проектів дозволить за рахунок спільного фінансування прискорити їхню реалізацію. Для регіонів, які переважно приймають туристів, вирішення проблеми надмірної завантаженості аеропортів ускладнюється сезонним характером туристичного попиту. Така ситуація характерна для країн Середземномор'я, Східної та Південно-Східної Європи, Південно-Східної Азії.

Трансформація територіальної структури ринку міжнародних пасажирських авіаперевезень у 2008 р. пояснюється впливом глобальної економічної рецесії, яка стала фатальною і для туристичного ринку. З другої половини 2008 р. обидва ринки починають демонструвати негативну динаміку. В результаті ринок міжнародних авіаперевезень у 2008 р. виріс лише на 1,8% (7% росту у 2007 р.) [11], аналогічним (2%) був і показник приросту міжнародних туристичних прибуттів (6,1% у 2007 р.) [13]. Нині 41% всіх міжнародних авіаперевезень здійснюється в Європі, темпи щорічного приросту доходності пасажиропотоку у 2008 р. склали тут 5,2% [11]. Європейський регіон традиційно є ареною діяльності чартерних (88% усіх чартерних рейсів) та бюджетних авіакомпаній, що мають найвигідніші цінові пропозиції для туристичного бізнесу. Це дозволило компенсувати негативні тенденції, що спостерігалися на стагнуючому європейському туристичному ринку. Високі темпи приросту доходності пасажиропотоку у 2008 році мали Латинська Америка (на яку припадає 4% обсягу міжнародних пасажирських перевезень) та Близький Схід (8% обсягу міжнародних пасажирських перевезень) — 7,2% та 8,9% відповідно [11]. У цих же регіонах у 2008 році спостерігалися найвищі показники зростання притоку туристів — відповідно 5,2% та 18% [13]. Найнижчі показники приросту доходності пасажиропотоку у 2008 році спостерігалися у Азіатсько-Тихоокеанському регіоні (27% обсягу міжнародних пасажирських авіаперевезень) — 0,1% [11]. Туристичні прибуття порівняно з минулим роком зросли тут лише на 1,2% (тоді як у 2007 р. цей показник склав 9,6%) [13]. Ринок міжнародних пасажирських авіаперевезень у Північній Америці за результатами 2008 р. зріс на 5,3% [11], що корелює зі зростанням на 2,6% обсягу міжнародних туристичних прибуттів [13].

Туристичний ринок України знаходиться на стадії становлення. Домінування внутрішнього туризму за радянських часів спричинило у незалежній Україні сплеск попиту на міжнародні подорожі. Неухильна інтеграція України у світогосподарську систему зумовила поступове збільшення обсягів іноземного туризму, що позначилось зміною статусу та розширенням участі України на ринку міжнародного туризму. За даними Державної служби туризму і курортів України, в останні п'ять років спостерігається позитивна динаміка зростання туристичних потоків до нашої країни. За результатами 2008 року Україна зайняла восьме місце у світі за кількістю туристів, які її відвідали (майже 25 млн. чоловік).

За схожою схемою відбувалися процеси становлення національної індустрії авіаційних перевезень. У середині 90-х років спостерігався різкий спад обсягу повітряних перевезень: кількість відправлених пасажирів зменшилася в 11,5 рази (з 15 млн. у 1990 році до 1,3 млн. у 1999 році), а у ряді аеропортів — в десятки разів. Це пов'язано з економічною кризою в Україні в зазначений період, різким зниженням реальних доходів населення, розривом економічних зв'язків з країнами СНД. Тільки починаючи з 2000 р. намітилося повільне зростання обсягу повітряних перевезень. За даними Державного комітету статистики України у 2001 р. авіаційним транспортом в Україні скористалися 2,1 млн. пасажирів, у 2007 р. — 6,2 млн. За 2007 р. пасажиропотік у вітчизняних аеропортах становив 9,2 млн. осіб [4].

Наведені дані підкреслюють взаємообумовленість процесів розвитку туризму і ринку авіаційних пасажирських перевезень в Україні. Особливого значення ефективність взаємодії туристичного та авіаційного бізнесу набуває в світлі реалізації планів підготовки і проведення в Україні чемпіонату Європи з футболу 2012 р. Проведення матчів фінальної частини чемпіонату Європи з футболу

2012 року стане потужним стимулом соціально-економічного розвитку України (будівництво та реконструкція аеропортів, автомагістралей, готелів, об'єктів ресторанного господарства та ін.).

Концепція Державної цільової програми розвитку аеропортів на період до 2020 року, схвалена розпорядженням Кабінету міністрів України від 5 березня 2008 р. №506-р (із змінами, внесеними згідно з Постановою КМУ № 793 від 22.07.2009 про коригування галузевих, регіональних і міських програм з підготовки та проведення чемпіонату Європи 2012 року з футболу), передбачає збільшення пасажиропотоку у вітчизняних аеропортах з 9,2 млн. осіб у 2007 р. до 38,3 млн. осіб у 2015 р. і 70, 6 млн. у 2020 р. Це означає збільшення парку вітчизняних повітряних суден і прискорену розбудову наземної інфраструктури на сучасному технологічному рівні згідно вимог ICAO та IATA.

Україна має 425 аеродромів. Але у більшості аеропортів аеродроми, аеродромні споруди та обладнання не відповідають вимогам, установленим для належного обслуговування сучасних повітряних суден. Найбільші українські аеропорти «Бориспіль», «Дніпропетровськ», «Донецьк», «Київ» (Жуляни), «Львів», «Одеса», «Сімферополь», «Харків», «Запоріжжя» у 2007 році забезпечили 97% загального обсягу пасажирських повітряних перевезень (з них 62% — аеропорт «Бориспіль») [4]. Пасажирські термінали та інфраструктура більшості українських аеропортів не в змозі забезпечити належне обслуговування пасажирів та повітряних перевізників. Це стримує збільшення обсягу перевезень і розвиток регіональних ринків туристичних послуг. Саме тому пріоритет надано розвитку столичного аеропорту Бориспіль, Донецького, Львівського та Харківського аеропортів. Інтенсивні будівельні роботи на зазначених об'єктах знаходяться під жорстким контролем з боку УЄФА. Заради зростання обсягів перевезень і забезпечення розвитку національної туристичної індустрії потрібно також інвестувати у регіональні аеропорти, на які поки припадає лише 3% загального пасажиропотоку.

Виконання Державної програми сприятиме підвищенню якості і безпеки повітряних перевезень, збільшенню пропускної спроможності вітчизняних аеропортів, розвитку міжнародного туризму в Україні і створенню нових робочих місць.

Висновки.

Авіаційні перевізники по всьому світу забезпечують значну частку міжнародних туристичних поїздок і виявляються залежними від коливань туристичного попиту. Розуміння необхідності вивчення ступеню взаємозалежності між туристичним і авіаційним бізнесом трансформує традиційні підходи до здійснення суспільно-географічних досліджень туризму та авіаційного транспорту. Проаналізовані в статті функціональні зв'язки між туристичними компаніями, авіалініями, глобальними мережами бронювання та іншими суб'єктами міжнародного ринку послуг дозволяють авторам стверджувати про формування спеціалізованої системи авіація – туризм. Ефективні логістичні принципи організації міжгалузевих зв'язків та менеджменту цієї системи дадуть можливість людям максимально реалізувати власний потенціал мобільності у сучасному глобалізованому світі.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Биржаков М. Б., Никифоров В. И. Индустрия туризма: Перевозки / М. Б. Биржаков, В. И. Никифоров. – М.-СПб.: ИД Герда, Невский фонд, 2003. – 400 с.
2. Гвозденко А. А. Логистика в туризме: Учебное пособие для вузов / А. А. Гвозденко. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 272 с.
3. Гуляев В. Г. Организация туристских перевозок / В. Г. Гуляев. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 512 с.
4. Концепція Державної цільової програми розвитку аеропортів на період до 2020 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 5 березня 2008 р. № 506_р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=506-2008-%F0>
5. Смирнов І. Г. Логістика туризму: навчальний посібник / І. Г. Смирнов. – К.: Знання, 2009. – 444 с.
6. Уварова Г. Ш. Українська авіація на міжнародному ринку туристичних послуг: проблеми і перспективи розвитку // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції Державна політика розвитку цивільної авіації XXI століття: економічний патріотизм і стратегічні можливості України. – К.: НАУ, 2008. – С. 156-159.
7. Forsyth Peter. Tourism benefits and aviation policy // Journal of Air Transport Management. – Volume 12, Issue 1, January 2006. – P. 3-13.
8. Graham Anne. Have the major forces driving leisure airline traffic changed? //Journal of Air Transport Management. – Volume 12, Issue 1, January 2006. – P. 14-20.
9. Papatheodorou Andreas, Lei Zheng. Leisure travel in Europe and airline business models // Journal of Air Transport Management. – Volume 12, Issue 1, January 2006. – P. 47-52.
10. Aviation and tourism: implications for leisure travel / Edited by Anne Graham, Andreas Papatheodorou, Peter Forsyth. – Ashgate Publishing, LTD, 2008. – 337 p.
11. The Centre for Asia Pacific Aviation's Aviation Outlook 2009 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.centreforaviation.com/outlook>
12. The future of world air travel: an action plan for sustainable growth: A report by the WTTC infrastructure task force. – London WTTC Publication department, 2003. – 16 p.
13. UNWTO Tourism Highlights – 2009 Edition. – Madrid: UNWTO Publication department, 2009. – 12 p.

14. Space Adventure: delivering spaceflight experiences. [Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.spaceadventures.com/>
15. Первый отель на орбите, или Если очень захотеть, можно в космос полететь... [Электронный ресурс] // Журнал Construction Today. – Режим доступа до журн. : http://ctoday.ru/article/project_future/47/

Балабанов Г. В., Ткачук Л. Н. Анализ процессов взаимодействия в системе авиация – туризм / Институт международных отношений Национального авиационного университета.

Статья посвящена изучению процессов взаимодействия авиационного бизнеса и туристической индустрии. Определены стимулирующие это взаимодействие факторы, изучены его механизмы, вскрыты тенденции развития рынка авиаперевозок туристов.

Ключевые слова: авиационный бизнес, туристическая индустрия, авиаперевозки, международный туризм.

Balabanov G. V., Tkachuk L. M. Aviation and tourism: the research of co-operation processes / Institute of International Relations National Aviation University.

The article is dedicated the study of processes of aviation business and tourism industry co-operation. Found out factors promoting this co-operation, its mechanisms, market tendencies of tourist air traffics.

Key words: aviation business, travel industry, air transport, international tourism.