

Висновки та пропозиції:

- Україна (6 об'єктів Всесвітнього надбання) може використати значний досвід Італії (47 об'єктів Всесвітнього надбання) в просуванні об'єктів культурної та природної спадщини до рівня Всесвітнього надбання, а при отриманні цього статусу – в реалізації заходів щодо його збереження (нагадаємо, що після надання у 1990 р. Печерській Лаврі та Софії Київській (№527) статусу об'єктів Всесвітнього надбання, Україна систематично порушувала закон «Про міжнародні договори України» (статті 16, 19) (в даний час в буферній зоні будується або має бути розміщено близько 30 об'єктів), в зв'язку з чим питання про неповну відповідність цих споруд буде винесено на засідання сесії ЮНЕСКО, яке відбудеться у 2013 р. у Бразилії);
- Плідним може бути співробітництво України та Італії в екологічній площині та сфері безпеки туризму (щорічні лісові пожежі на найбільш цінних в туристському відношенні територіях: в Україні – Крим, в Італії – о. Сардинія, Південь країни);
- Україна та Італія мають цікавий досвід у розвитку рекреаційної та екологічної функції островів, моніторингу островних геосистем (в Україні: о. Брезань, о. Хортиця – рекреаційна, природоохоронна, історико-археологічна функція; о. Труханів – культурно-розважальна, рекреаційна функція; о. Венеціанський, о. Муромець, о. Козачий – природоохоронна, рекреаційна функція; в Італії: о. Сардинія – природоохоронна, рекреаційна функція; о. Сицилія (рис.2) – рекреаційна, природоохоронна, історико-археологічна функції; о. Устіка – природоохоронна, екологічна функції; о. Капрі – природоохоронна, рекреаційна, історична (перебування М.Горького, В.І. Леніна, Ф.І. Шаляпіна) функції; о. Капрера – природоохоронна, екологічна, історична (поховання Джузеппе Гарібальді) функції);
- запропоновані моніторингові структурно-логічні моделі систематизують та поглиблюють методологію та методику аналізу рекреаційно-туристського вузла та розширюють уявлення про його структуру;
- проведений ретроспективний аналіз країнознавчих характеристик і підходів виступає підґрунтям для подальшого розвитку уявлень про комплексну характеристику статусної території (держава, країна, інтеграція держав).

УДК 911.3

Смирнов І.Г., Нагорна М.М.

ДИНАМІЧНИЙ РОЗВИТОК АЗІЙСЬКИХ АВІАКОМПАНІЙ ТА ТУРИЗМ

Представлено динамічний розвиток азійських авіакомпаній, які починають випереджувати світових авіагігантів – американські та європейські авіалінії за

рахунок бездоганного сервісу, нових літаків та різноманітністю додаткових послуг для пасажирів.

Ключові слова: авіакомпанія, авіалінії, сервіс, міжнародний туризм.

Представлено динамичное развитие азиатских авиакомпаний, которые начинают опережать мировых авиагигантов – американские и европейские авиалинии за счет безупречного сервиса, новых самолетов и разнообразия дополнительных услуг для пассажиров.

Ключевые слова: авиакомпания, авиалинии, сервис, международный туризм.

Shown the dynamic development of the Asian airlines which are beginning to overcome world airgiants – U.S. and European airlines by impeccable service, new planes and a variety of additional services for passengers.

Keywords: airline, airlines, service, international tourism.

Постановка наукової проблеми. Розвиток міжнародного туризму в сучасних умовах нерозривно пов'язаний з розвитком авіаційної галузі та особливостями світового ринку авіаперевезень. До недавнього часу на ньому домінували американські та західноєвропейські авіакомпанії (так як Delta, Panam, United Airlines (США), Lufgansa (Німеччина), British Airways (Велика Британія), Air France (Франція), KLM (Нідерланди), SAS (Швеція), Austrian Airlines (Австрія) та ін.). Традиційно вважалося, що саме вони репрезентують найвищу якість послуг з міжнародних авіаперельотів, експлуатують найновішу авіатехніку, мають найкращі та найбільші аеропорти, надають до послуг авіапасажирів різноманітний сервіс світового класу, забезпечують високу надійність авіаподорожі, і як результат обслуговують найбільшу кількість пасажирів. Однак початок ХХІ ст. вніс суттєві зміни в такий стан речей: в погоню за світовими авіагігантами вирушили «східні», азійські авіалінії. За багатьма показниками вони вже випередили більшість відомих американських та європейських авіакомпаній, що й було зафіксоване в щорічному рейтингу за 2011 р. «World's Best Airline» британської консалтингової компанії Skytrax, за яким найкращим авіаперевізником світу було визнано компанію Qatar Airways з Катару.

Літературні джерела та публікації з теми статті включають праці автора з транспортної логістики в туризмі [1; 2], праці українських та закордонних авторів з особливостей сучасного ринку авіатранспортних послуг та зв'язку його з туризмом [4; 5; 6; 7], інтернет-джерела.

Метою статті є показати динамічний розвиток азійських авіакомпаній, зростання їхньої частки на світовому ринку авіаперевезень; навести характеристики та пояснити чинники успіху найбільших та найкращих з них.

Виклад основного матеріалу. Азійські авіалінії відправляються в погоню за світовими авіагігантами. Перемагати американців та європейців азійці намагаються бездоганим сервісом, новими літаками та різноманітністю послуг та харчування. 13 листопада 2011 р. на авіасалоні в Дубаї (ОАЕ) корпорація Boing (США) оформила найбільший на той час комерційний контракт у своїй історії – на загальну суму \$ 26 млрд.

Американського авіагіганта «ощасливила» арабська авіакомпанія Emirates (ОАЕ), замовивши в нього 50 далекомагістральних літаків Boeing 777-300 ER та попередньо домовившись про набуття ще 20 таких же лайнерів у майбутньому. «Рекордний контракт підтримує нашу стратегію розширення мережі далекомагістральних маршрутів та намагання стати провідним авіаперевізником світу, з'єднуючи світ з Дубаем та через Дубай», - озвучив амбіції Emirates голова компанії шейх Ахмед аль-Мактум [7]. Такі плани компанії Emirates навряд чи можна вважати голосливими, адже ця авіакомпанія вже нині обслуговує 116 напрямків у 67 країнах світу, а на початку 2012 р. відкрила перші рейси до Південної Америки. Проте на дубайському авіасалоні компанія Emirates була далеко не єдиним претендентом на світове авіапанування. Так, не менш масштабний проект з давнім конкурентом Boeing європейською компанією Airbus оформив катарський перевізник Qatar Airways, який закупив для розширення своєї маршрутної мережі 50 найновітніших лайнерів A 320 neo та замовив на майбутнє ще 30 таких літаків. В останні роки азійські авіакомпанії агресивно тиснуть на європейських та американських авіагігантів, нарощуючи свій флот та відкриваючи нові напрямки. Як результат, ще в 2009 р. Азійсько-Тихоокеанський регіон вперше став найбільшим авіаринком світу, випередивши Північну Америку. А нині, станом на 2012 р., чотири з п'яти найбільших авіаліній світу за обсягом ринкової капіталізації походять з Азії. Це Air China (\$ 20 млрд.), Singapore Airlines (\$ 14 млрд.), Cathay Pacific (\$ 12 млрд.) та China Southern (\$ 11 млрд.). П'ятірку завершує чилійсько-бразильська авіакомпанія Lat Am (\$ 11 млрд.). При цьому азійські перевізники починають перевершувати західних колег не тільки за темпами зростання авіапарку, але й за якістю сервісу. Так, в 2011 р. щорічний рейтинг «World's Best Airline» британської консалтингової компанії Skytrax, яка аналізує послуги та якість роботи авіаліній світу, визнав компанію Qatar Airways найкращим перевізником світу. Цікаво, що до складеної на підставі опитування понад 18 млн. пасажирів топ-десятки взагалі не потрапив жодний представник Європи чи Америки. До списку увійшли вісім азійських авіакомпаній та два авіаперевізники з Південної півкулі – австралійська Qantas Airways та новозеландська Air New Zealand (табл. 1.) Такі високі оцінки східних авіаперевізників підтверджують відгуки пасажирів, зокрема українських.

Приміром, ті з них, що регулярно подорожують до Австралії на літаках авіакомпаній, що потрапили до списку найкращих, – катарської Qatar Airways, еміратських Emirates та Etihad Airways, відмічають, що «в арабів завжди найновіші літаки та шикарний сервіс, починаючи від салону та закінчуючи стюардесами, які звичайно цікавляться вимогами пасажирів кожні 20 хвилин протягом 15-годинного перельоту» [7]. А експерти констатують, що Схід стає ключовим гравцем на світовому ринку авіаперевезень. Сукупно азійські авіакомпанії перевозять 26 % від загального числа авіапасажирів у світі 2,5 млрд. (2011 р.).

Таблиця 1. Найкращі авіакомпанії світу за версією World's Best Airline, 2011 р.

Місце в рейтингу	Назва авіакомпанії, країни	Чисельність пасажирів, що були перевезені в 2010 р. млн. осіб	Аеропорт приписки	Рік заснування	Літаки		Кількість пунктів призначення	Куди літає
					власний флот	замовлені літаки		
1	Qatar Airways, Катар	16,0	Міжнародний аеропорт Доха	1994	102 (Airbus A320, A330, A340, Boeing 777)	136	109	Європа, Північна та Південна Америка, Південно-Західна Азія, Близький Схід, Африка
2	Singapur Airlines, Сингапур	16,6	Міжнародний аеропорт Чангі	1972	107 (Airbus A330, A340, Boeing 777)	68	66	Південно-Східна та Південна Азія, Африка, Європа, Близький Схід, Австралія та Нова Зеландія
3	Asiana Airlines, Республіка Корея	10,5	Міжнародний аеропорт Сеула Інчхан та Кіпхо	1988	72 (Airbus A330, A340, Boeing 777)	47	101	Центральна, Південна, Південно-Східна Азія, Європа, Північна Америка, Австралія та Океанія
4	Cathay Pacific Airways, Гонконг, Китай	96,8	Міжнародний аеропорт Гонконгу	1946	129 (Airbus A330, A340, Boeing 777, 747)	95	111	Північна Америка, Європа, Південна та Північно-Східна Азія, Близький Схід Австралія та Нова Зеландія
5	Thai Airways International, Таїланд	18,2	Аеропорт Сувар-набхумі (Бангкок)	1960	89 (Airbus A340, Boeing 777)	62	71	Південно-Африканська республіка, Південна та Південно-Східна Азія, Близький Схід, Європа, США, Австралія та Нова Зеландія
6	Etihad Airways, OAE	7,0	Міжнародний аеропорт Абу-Дабі	2003	62 (Airbus A330, A340, Boeing 777)	97	70	Азія, Європа, Північна Америка, Австралія
7	Air New Zealand, Нова Зеландія	13,1	Аеропорт Окленда	1940	102 (Airbus A320, Boeing 777, 747)	27	48	Азія, Європа, Північна Америка, Австралія та Океанія
8	Qantas Airways, Австралія	22,5	Аеропорти Сіднея та Мельбурна	1920	144 (Airbus A330, A380, Boeing 767, 747)	65	41	Австралія та Нова Зеландія, Північна Америка, Європа, Азія, Африка
9	Turkish Airlines, Туреччина	29,1	Міжнародний аеропорт імені Ататюрка, Стамбул	1933	177 (Airbus A330, Boeing 777, 737)	56	171	Азія, Європа, Північна та Південна Америка
10	Emirates, OAE	31,4	Міжнародний аеропорт Дубай	1985	154 (Airbus A330, A340, Boeing 777)	233	103	Азія, Африка, Європа, Океанія

Переможці відібрані за результатами опитування 18 млн. пасажирів, які оцінили перевізників за 38 параметрами – від зручності набуття квитку до компетентності персоналу (складено автором за [7]).

Як резюмує Едріан Шеффілд, старший редактор найбільшого світового видання про авіаіндустрію «Aviation Week», великі азійські авіаперевізники нині успішно працюють над підключенням світових транспортних потоків до своїх хабів (вузлових аеропортів) [7]. Можна

додати, що азійські авіакомпанії ще успішніше працюють над підвищенням рівня комфорту авіаподорожі для пасажирів. Це відноситься, приміром, до внутрішнього комфорту в салоні, який у перевізників Європи та США включає лише базовий пакет послуг з метою безпроблемної доставки пасажирів в пункт призначення, у той час як авіакомпанії-представники топ-десятки мають солідний арсенал власних унікальних «надбудов» обслуговування, які перетворюють звичайний переліт у задоволення. Так, вони враховують увагу, яку звертає авіапасажир під час тривалого перельоту на дрібнички, такі як, приміром, елементи інтер'єру салону, тому пропонують різний колір його підсвітки в різні фази польоту і, навіть, режим підсвітки «зоряне небо» вночі (компанія Emirates). При цьому широкий вибір систем розваг та страв у меню доступний навіть пасажиром економ класу.

Тому не є випадковим, що азійські авіакомпанії зайняли перші місця і в спеціалізованих рейтингах Skytrax. Так, пасажирів найкращого в світі салону преміум-класу арабської авіакомпанії Etihad Airways мають до своїх послуг крісла, які не тільки повністю розкладаються в ліжка але й містять вбудовані масажні пристрої, а також постільну білизну з єгипетської бавовни (яка особливо цінується на Заході), особисті 58-дюймові рідкокристалічні телевізори з набором програм на 600 годин, п'ятизіркове ресторанне обслуговування та селекційні вина. Щодо найкращого в бізнес-класі салону, який належить компанії Singapore Airlines, то він відрізняється пуховими ковдрами та так званим «офісом у небі», який окрім 15-дюймового екрану включає бізнес-панель у кожному кріслі з USB-виходом та електроживленням для ноутбуків. У номінації «Найкращий економклас» перемогла південно-корейська авіакомпанія Asiana Airlines: її пасажирів можуть обирати меню з традиційної корейської, японської, китайської та європейської кухні, а з індивідуальних екранів окрім широкого набору мультимедійних послуг можливо під час польоту відправляти та отримувати електронну пошту та SMS.

Взагалі усі світові науково-технічні новинки азійські авіакомпанії одразу ставлять на службу пасажирів, приміром, ще три роки тому компанія Emirates встановила на своїх літаків спеціальне устаткування, що усуває радіоперешкоди, та першою в світі дозволила своїм пасажирів користуватися мобільним зв'язком під час перельоту. Ще одна додатня риса полягає в тому, що високий східний сервіс не обмежується бортом літака. Так, якщо пасажир прямує з Франфурта (Німеччина) до Мельбурна (Австралія) літаком компанії Emirates і звернеться до компанії з проханням продовжити пересадку в Дубаї, оглянути місто, йому охоче підуть назустріч (або скоротять пересадку в разі потреби). Студентам та аспірантам ця компанія надає суттєву знижку за молодіжним тарифом, в результаті різниця декілька сотень євро в порівнянні з конкурентами знімає всі питання щодо вибору авіакомпанії. До того ж Emirates дозволяє зробити завчасний вибір меню (з десяти варіантів – стандартне, вегетаріанське, дієтичне тощо) ще в процесі реєстрації на рейс. Ще один

предмет гордості арабських перевізників – ідеально вишколені та люб'язні бортпровідники: в довільний час вдень або вночі стюардеси підійдуть до вас і принесуть усе, що вони захочете, потурбуються про те, щоб діти на борту не нудьгували тощо. Зрозуміло, що бортпровідники повинні знати декілька іноземних мов (до семи) щоб вільно спілкуватися з пасажиром з різних країн.

Але не тільки високим рівнем сервісу можуть пишатися азійські авіакомпанії. Більшість з них мають найсучасніші авіапарки, які активно і регулярно поповнюються. Так, у 2008 р. компанія Etihad Airways, що з'явилася на ринку авіапослуг всього п'ять років раніше, оформила рекордне замовлення в історії цивільної авіації – на 205 літаків. А компанія Singapore Airlines в 2007 р. першою в світі розпочала перевезення пасажирів на найновіших двоповерхових супераеробусах A 380. При цьому середній вік літаків цієї компанії складає всього п'ять років, а в більшості азійських авіаперевізників, що потрапили до першої десятки Skytrax, він не перевищує десяти. Для порівняння: «вік» літаків британської авіакомпанії British Airways – в середньому понад 12 років, а бортів української компанії Аеросвіт – 17 років [3].

Однак високий рівень сервісу на арабських авіалініях має свої «секрети», які полягають не тільки в знаменитій східній гостинності, але й і в особливостях ринку праці в азійських країнах. Як відмічають експерти, близькосхідні перевізники використовують перевагу набирати та часто змінювати стюардів з країн з низьким рівнем оплати праці, таких як Індія та Філіппіни, причому ці працівники мають високу етику та особливо цінують те, чого вони ніколи не заробили б вдома. Експерти також нагадують, що успіх багатьох компаній з нинішньої першої десятки лідерів рейтингу Skytrax, зокрема арабських, починався з потужної державної фінансової підтримки, що дозволило авіалініям створити сучасний авіапарк. Ключову роль в цьому зіграло бажання урядів східних, зокрема, деяких арабських країн мати потужну та міжнародно відому авіакомпанію, яка б була частиною іміджу держави.

У той же час для низки азійських перевізників, таких, приміром, як гонконзька Cathay Pacific та сінгапурська Singapore Airlines, високий рівень сервісу первинно був і залишається головним інструментом у боротьбі за світові пасажиропотоки та їх прив'язку до аеропортів своїх невеликих країн, що позбавлені внутрішнього ринку перевезень, але намагаються втримати позиції економічних лідерів регіону. Саме тому азійські авіакомпанії готові розширювати географію польотів, особливо далекомагістральних перевезень, де пасажирі потребують високого класу обслуговування. Наслідки азійської експансії на світовому ринку авіаперевезень не змусять на себе довго чекати: згідно прогнозу Міжнародної асоціації повітряного транспорту (ІАТА) вже в 2014 р. з 3,3 млрд. авіапасажирів у світі 1 млрд. припадатиме на частку східних перевізників (30,3 %). Зростаюча конкуренція неминуче відіб'ється на всіх авіакомпаніях світу. За думкою експертів, слід очікувати продовження

змагання за інновації на борту, що напевно призведе до поліпшення якості обслуговування пасажирів. Не повинні знаходитися осторонь цього процесу і українські авіаперевізники.

Висновки. Розвиток світового ринку авіатранспортних послуг в сучасних умовах характеризується зростанням частки азійських компаній – авіаперевізників, яка нині складає 26 %, а до 2014 р. зросте до 30,3 %. Азійські авіалінії відвойовують клієнтів у західноєвропейських та американських конкурентів за рахунок кращого сервісу, новішого авіапарку, надання до послуг пасажирів різноманітних додаткових послуг, впровадження в систему обслуговування останніх науково-технічних досягнень і новинок. Недарма в 2011 р. у рейтингу «World's Best Airline» британської консалтингової компанії Skytrax до першої десятки увійшли вісім азійських авіаліній, а очолила цей рейтинг компанія Qatar Airways з Катару. Азійські авіакомпанії планують і надалі розширювати географію польотів, особливо далекомагістральних перевезень, що, враховуючи їхній високий рівень сервісу та помірні тарифи, є привабливим для авіаперевезень туристів, зокрема українських. Отже, українським турфірмам це слід мати на увазі, а українським авіакомпаніям - перевізникам доцільно ознайомитися з передовим досвідом азійських колег з надання високоякісних послуг у сфері авіатранспортних перевезень та поступово впроваджувати ці досягнення в себе.

1. Смирнов І.Г. *Логістика туризму: навч. пос. / І.Г. Смирнов.* – К.: Знання, 2009. – 444 с.
2. Смирнов І.Г. *Дубай: від нафти до туризму та логістики / І.Г. Смирнов // Зовнішня торгівля: право та економіка.* – 2009. - № 2 (43). – С. 18-26.
3. Балабанов І.Г. *Розвиток авіаційного транспорту як чинник підвищення конкурентоспроможності України на світовому ринку туристичних послуг / Балабанов І.Г., Ткачук Л.М. // Географія і туризм.* – 2011. – Вип. 14. – С. 159-166.
4. Полянская Н.Е. *Организация коммерческой работы на воздушном транспорте: моногр. / Н.Е. Полянская.* – К.: НАУ, 2004. – 320 с.
5. Полянская Н.Е. *Организация пассажирского сервиса в зарубежных авиакомпаниях / Н.Е. Полянская, Г.М. Назаренко // Проблемы підвищення ефективності інфраструктури: Зб. наук. пр.* – К.: НАУ, 2002. – Вип. 8. – С. 32-35.
6. Шевченко О.Р. *Особенности формирования современного рынка авиатранспортных услуг / О.Р. Шевченко // Наука і молодь: зб. наук. пр.* – К.: НАУ, 2003. – Вип. 3. – С. 658-661.
7. Прядко И. *Ковры-самолеты / И. Прядко // Корреспондент.* - № 46 (483). – 25.11.2011. – С. 62-64.

УДК 629.73:338.46 (045)

Дудник І.М., Борисюк О.А.

АВІАТРАНСПОРНА СИСТЕМА УКРАЇНИ ЯК ЕЛЕМЕНТ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Розкривається роль авіатранспортної системи України як елемента туристичної інфраструктури, проблеми та перспективи подальшої взаємодії авіації та туризму. Значна увага приділяється регіональній авіатранспортній системі