

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
ІЗМАЇЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет управління, адміністрування та інформаційної діяльності
Кафедра управління підприємницькою та туристичною діяльністю

ОРГАНІЗАЦІЯ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ В СУЧАСНИХ УМОВАХ
(НА ПРИКЛАДІ TURKISHAIRLINES)

Кваліфікаційна робота здобувача
освітнього ступеня бакалавр
напряму підготовки (спеціальності)
242 Туризм
освітньої програми Туризм
Кишлалі Іллі Ілліча.
Керівник: к.екон.н., доц.
Шевченко-Перепьолкіна Р.І.
Рецензент
Улятовська Ю.В.

Ізмаїл – 2024

Робота допущена до захисту

на засіданні кафедри управління підприємницькою та туристичною діяльністю

протокол № 15 від «06» серпня 2024р.

Завідувач кафедри

Метіль Т.К.
(підпис) (прізвище, ініціали)

Робота пройшла публічний захист

На відкритому засіданні ЕК

«25» серпня 2024р.

Оцінка « 83 », кількість балів добре

Голова ЕК

Шевченко-Дерембова Р.І.
(підпис) (прізвище, ініціали)

ЗМІСТ

СКОРОЧЕННЯ	4
ВСТУП	5
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ	
РОЛІ АВІОПЕРЕВЕЗЕНЬ В РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	8
1.1. Історичні та організаційно-економічні аспекти розвитку авіаперевезень.....	8
1.2. Організація авіаперевезень туристичними фірмами.....	16
1.3. Місце авіаційного транспорту в формуванні комплексного туристичного продукту.....	22
Висновки до I розділу.....	28
РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ АВІАКОМПАНІЇ	
«TURKISH AIRLINES»	30
2.1. Загальна характеристика компанії «Turkish Airlines»	30
2.2. Аналіз ролі «Turkish Airlines» для розвитку туризму	40
2.3. Інноваційні підходи до розвитку авіакомпанії «Turkish Airlines».....	44
Висновки до II розділу.....	51
РОЗДІЛ III. СУЧАСНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ	
КОМПАНІЇ «TURKISH AIRLINES»	53
3.1. Перспективні напрямки розвитку компанії «Turkish Airlines» та їх вплив на розвиток туризму.....	53
3.2. Формування стратегії розвитку та подальшого вдосконалення авіакомпанії «Turkish Airlines».....	59
Висновки до III розділу.....	62
ВИСНОВКИ	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	66
ДОДАТКИ	70

СКОРОЧЕННЯ

TA–Turkish Airlines;

GDS - Global Distribution System;

IATA – Міжнародна асоціація повітряного транспорту;

ІКАО – Міжнародна організація цивільної авіації;

LCC – Low-Cost Carriers;

ВСТУП

Актуальність теми. Створення сучасної високорозвиненої індустрії туризму, яка входила до початку російсько-української війни у трійку основних галузей світової економіки, було б неможливим без науково-технічного прогресу. Швидкість пересування туристів територією визначає можливі варіанти проведення інтенсивних турів та принесе клієнту більше задоволення, а організаторам – більший фінансовий зиск. Науково-технологічна революція значно збільшила комфортність та швидкість основних видів транспорту, що в свою чергу збільшує конкурентність на ринку перевезень вантажів та пасажирів. При цьому авіатранспорт залишається найбільш швидкісним транспортом.

За сучасних соціально-економічних та суспільно-політичних чинників розвитку суспільства новітні логістичні рішення, насамперед з використанням авіатранспорту, є питанням збереження якості життя населення більшості країн. Зокрема, після початку інтенсивної фази російсько-української війни основним транспортним хабом для населення нашої держави став аеропорти міст Кишинів та Варшава.

Актуальність кваліфікаційної роботи з дослідження організації авіаперевезень в сучасних складних суспільних умовах обумовлена наступними чинниками:

- динамікою логістичної системи авіаперевезень після початку інтенсивної фази російської агресії;
- необхідністю пошуку варіантів збереження сталого розвитку туристично-рекреаційної діяльності в Україні, як одного з чинників отримання обігових коштів для бюджетів різних рівнів тощо.

Мета – виявлення особливостей організації авіаперевезень в сучасних умовах та аналіз діяльності Turkish Airlines, як одного зі лідерів галузі, в контексті розвитку туристично-рекреаційного господарства Туреччини та світу.

Відповідно до цієї мети поставлені та вирішені наступні **завдання**:

- проаналізувати історію розвитку авіаперевезень;
- виявити особливості комплексного туристичного продукту;
- визначити місце авіаційного транспорту в формуванні комплексного туристичного продукту;
- охарактеризувати особливості виникнення та розвитку компанії Turkish Airlines;
- проаналізувати місце та роль авіакомпанії «Turkish Airlines» в розвитку туризму;
- виявити інноваційні підходи до розвитку «Turkish Airlines»;
- виявити сучасні геополітичні чинники трансформації просторової організації діяльності «Turkish Airlines»;
- визначити перспективні напрямки розвитку компанії «Turkish Airlines» та їх вплив на розвиток туризму.

Об'єктом дослідження виступає середовище діяльності авіакомпанії «Turkish Airlines» в контексті сучасної глобальної геополітичної кризи.

Предмет – процеси організації авіаперевезень в компанії «Turkish Airlines» та їх вплив на розвиток туризму в регіонах світу.

Методи дослідження. Задля досягнення поставленої мети використані методи аналізу і синтезу, індукції і дедукції, історичний, статистичний, історико-географічний та інші.

Загальнофілософські методи пізнання будуть використані при обґрунтуванні особливостей становлення та розвитку найбільшої авіакомпанії Туреччини, як одного з лідерів цієї галузі у світі, визначення варіантів адаптації «Turkish Airlines» до сучасних складних геополітичних умов для збереження сталого розвитку компанії тощо. Математичний метод потрібен для проведення аналізу сучасного стану розвитку «Turkish Airlines», зокрема з метою оптимізації балансу витрат, фінансових передумов для визначення методів просування організації на ринку.

Історико-географічний метод використаний для аналізу процесів, які зумовили перетворення цієї авіакомпанії на одного зі світових лідерів галузі та особливість адаптації до сучасних глобальних змін в динаміці життя населення країн та регіонів, яке впливає на просторову картину авіаперевезень. Безумовно для українського суспільства та нашої національної економіки визначальне значення мають наслідки російсько-української війни.

Джерельна база дослідження. В процесі дослідження використані літературні джерела, матеріали Інтернет-сайту «Turkish Airlines», зокрема статистичні матеріали про організаційну структуру та діяльність компанії. В цій роботі використані праці вітчизняних та закордонних економістів, географів та інших фахівців в сфері організації авіаперевезень, та формування і просування комплексного туристичного продукту.

Практичне значення одержаних результатів. Результати даного дослідження можуть бути використані органами публічного управління, організаціями туристично-рекреаційного господарства, та бізнесменам, які готові інвестувати в розвиток авіаційної галузі, для ефективного формування комплексного туристичного продукту.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (43 найменування) і додатку. Обсяг роботи – 73 сторінки машинописного тексту, 9 рисунків, 3 таблиці.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ РОЛІ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ В РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

1.1. Історичні та економіко-організаційні аспекти розвитку авіаперевезень

Розвиток транспорту є одним з ключових чинників розвитку системи світового господарства. Його класифікація, виділення окремих видів транспорту зумовлені відмінністю засобів для переміщення вантажів та пасажирів і природним середовищем їх експлуатації.

Світова транспортна система – це дуже складний економіко-виробничий комплекс, який забезпечує діяльність глобальної господарської системи. Її просторова організація залежить від динаміки господарських процесів, ресурсного забезпечення та гео економічних процесів в країнах та регіонах світу тощо. Вона формується залізничним та автомобільним, морським та річковим, повітряним і трубопровідним видами транспорту [15, с.15]. Ця класифікація може різнитися при об'єднанні або поділу видів транспорту.

Повітряний транспорт є функціональною альтернативою наземному і водному видам транспорту, та використовується «п'ятий океан». Середовищем переселення виступає повітря [6, с. 23]. Термін «повітряний транспорт» широко використовують на практиці, позначаючи їм транспортну діяльність, здійснювану в повітряному просторі з використанням в якості рухомого складу повітряних суден [1]. Для позначення діяльності в повітряному просторі традиційно застосовується термін «авіація».

Організаційно-технологічні особливості авіабудування у взаємопов'язаності з особливостями розвитку міжнародної економіки дозволяють виділити такі основні періоди його розвитку:

1) Становлення авіації, як галузі транспорту та світової економіки (10–20-ті рр. ХХ ст.) – визначається початковим етапом розвитку

авіап перевезень, який обумовлений проривом в технологіях, перехід авіап перевезень в розряд масового засобу пересування, формування національних законодавчих баз регулювання повітряного простору.

2) Створення національних компанії-авіап перевізників (30-ті рр. – 1944 р.) – організація та розвиток інфраструктури авіап перевезень в найбільш розвинених країнах світу, а також формування інструментів регулювання міжнародних авіап перевезень.

3) Інституціалізація ринку (1944 – 1978 рр.) – нормативне закріплення авіаційних норм, правил, статусів і ролей, приведення їх у систему, здатну діяти у напрямі задоволення суспільної потреби в авіап перевезеннях; поява міжсекторальної конкуренції; поширення угод бермудського типу.

4) Дерегулювання авіап перевезень (1978 – 1993 рр.) – зняття функціональних обмежень на діяльність національних авіакомпаній, значне зростання конкуренції, зниження тарифів і як результат зростання завантаження рейсів; зростання кількості малобюджетних авіакомпаній, розвиток хабових (кластерних) моделей перевезень та різноманітних видів та форм співпраці перевізників.

5. Лібералізація ринку (1993 р. – теперішній час) – мінімізація обмежень на міжнародних ринках та просування концепції спільного авіаційного простору, загострення міжнародної конкуренції, консолідація авіап перевізників, створення дочірніх авіакомпаній. Сучасною тенденцією функціонування глобального ринку авіап перевезень є більш виражені ліберальні підходи країн до процесу регулювання. Однак рівень ліберальності окремих країн відрізняється між собою, тобто країни знаходяться на різних сходинках у напрямі від жорсткого регулювання до повної лібералізації авіап перевезень [29, 30].

Як і будь-яка сфера економічної діяльності, в т.ч. і в транспортному обслуговуванні, авіап перевезення має як переваги, так і недоліки. До основних конкурентних переваг цього виду транспорту слід віднести наступні:

- найвища швидкість доставки, що створює вагомі логістичні переваги перед іншими варіантами доставки вантажів та пасажирів;

- на авіап перевезення практично не впливає складність ландшафту (виключення складає зліт та посадка в аеропортах зі складними умовами – вузька полоса в горах, обрив на урвищем – наприклад аеропорт ісландської столиці Рейк'явік тощо);

- вантажі не потребують супроводження, так як на висоті неможливе зникнення товару (проблеми можливі тільки в аеропорту);

- ще однією логістичною перевагою є мінімізація митних формальностей за рахунок безпосереднього перевезення до країни призначення.

До недоліків відповідно відносяться:

- залежність від природно-кліматичних умов місця зльоту та місця приземлення, в т.ч. біологічні умови, які визначаються також загрозою зіткнення з птахами;

- велика ціна перевезень, обумовлених складністю обладнання (літака), високими затратами на підготовку кваліфікованих кадрів та страхування літака;

- високі вимоги Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA) до оформлення пакету документів для роботи, які мають бути легалізовані нормативно-правовими актами країни;

- в будь-якому випадку має бути поєднання з іншим видом транспорту [31].

Авіація, як і будь-яка інша галузь ринкової економіки з диверсифікованою внутрішньою структурою має різні цілі, завдання та засоби здійснення власного розвитку. Одна з найбільш фундаментальних цілей авіаційної діяльності спрямована на задоволення інтересів та потреб фізичних і юридичних осіб у повітряних перевезеннях, захисту їх прав на безпечні, якісні та економічні повітряні перевезення. Вона може бути реалізована за допомогою використання цивільної авіації, яка в свою чергу

підрозділяється на авіацію загального призначення і комерційну цивільну авіацію. Основним призначенням комерційної цивільної авіації є здійснення за плату повітряних перевезень пасажирів, багажу і вантажів. На сучасному етапі розвитку авіатранспорт є важливим чинником логістичних процесів в світовій економіці.

Специфіка просторової організації та особливості використання на міжнародному ринку угод про авіаперевезення дозволяють виділити три типи угод в цій сфері:

- чиказького типу – спрямовані на відображення процесів регулювання світового ринку;
- бермудського типу – характеризують процеси перегулювання ринку;
- угоди типу «Відкрите небо» - угоди ліберального типу.

В таблиці 1.1. більш детально розглянемо типи міжнародних угод авіаперевезень.

Таблиця 1.1

Типи міжнародних угод авіаперевезень

Тип угоди	Доступ до ринку	Провізна ємність	Ціноутворення
Угоди чиказького типу	Встановлення маршрутів; узгодження свобод повітря; експлуатаційна складова.	Не містить положень	Не містить положень
Угоди бермудського типу	Встановлення маршрутів; узгодження свобод повітря; експлуатаційна складова.	Розподіл обсягів перевезень між назначеними	Тарифи чітко узгоджуються на засадах ІАТА (опубліковані) або встановлюються державами (неопубліковані); гнучка система тарифів.
Лібералізовані угоди	Широкий доступ, регулювання відсутнє	Мінімальне або відсутнє регулювання	Значною мірою зменшено державний контроль.

Джерело: [14]

На сучасному етапі договори на здійснення авіаперевезень мають свої специфічні особливості. Найбільшого розповсюдження набули угоди бермудського типу, так як вони не містять вимог до вантажів, що провозяться. А в чиказьких угодах такі вимоги є. Однак потрібно відмітити, що починаючи з 2000-х років все більше укладаються угоди, які характеризуються своєю відкритістю доступу до національних ринків, що демонструє про поглиблення лібералізаційних процесів на світовому ринку авіаперевезень.

Термін «міжнародні повітряні перевезення» визначений Міжнародною організацією цивільної авіації (ІКАО) в 1952 році. Відповідно до нього, мова йде про серію польотів, які здійснюються через повітряний простір над територією більш, ніж однієї держави повітряними суднами з метою перевезення пасажирів, вантажу і пошти за винагороду. Важливим підходом до цього є доступність кожного польоту для будь-якої особи; при їх здійсненні виконуються перевезення між одними і тими ж двома або більше пунктами, або відповідно до опублікованого розкладу, або рейсами настільки регулярними або частими, що вони являють собою явні систематичні серії [23, с. 51].

Нерегулярні міжнародні повітряні перевезення – повітряні перевезення, що здійснюються за допомогою нерегулярних (епізодичних, разових) польотів, тобто інших, ніж регулярні, що виконуються за розкладом з певною частотою між певними пунктами [26, с. 51].

Основним видом нерегулярних повітряних перевезень виступає чартер повітряний. Він характеризується нерегулярними польотами, які виконуються на базі спеціального дозволу, але в останні роки деякі держави стали укладати двосторонні угоди про нерегулярне повітряні сполучення.

Туризм став активно розвиватися після появи залізниць в Англії. Потім з'явилися пароплави, які стимулювали розвиток річкових і морських подорожей. Технічний прогрес впливав на модернізацію та розширення сфери послуг. З виникненням і розвитком автомобільної промисловості

почав культивуватися автотуризм. На початку ХХ ст. для перевезення людей стали використовуватися літаки. Авіація дала можливість туристам заощаджувати час на переміщення з одного місця в інше і відвідувати віддалені райони нашої планети. Здійснені перші польоти туристів у космос, на часі – організація регулярних космічних туристських експедицій [17].

Транспорт і туризм тісно пов'язані між собою. Розвиток транспорту стимулює розвиток туризму та налагоджується взаємовигідне економічне співробітництво між галузями світової економіки.

Це можна простежити на прикладі розвитку авіаційних перевезень у світі. Якщо в 1938 р. авіаційний транспорт обслужив 3 млн., то в 1980 р. тільки регулярними рейсами було перевезено 748 млн, а в 2005 р., згідно з даними ІКАО, - 1,02 млрд осіб. Абсолютний максимум перевезення був досягнутий в 2020 році та складає дещо менше 4,6 млрд. осіб перевезених авіаційним транспортом. Тобто, це практично єдина галузь світу яка може похизуватися зростанням на 450% за 15 років [16]. На превеликий жаль подальше зростання було обмежено глобальною пандемією, катастрофічних події з літаками (влучання по українському літаку МАУ в Ірані та малазійському Боїнгу в небі Донбасу) та активна фаза російсько-української війни, яка кардинально змінила географію повітряних маршрутів. Авіакомпанії мають формувати власні маршрути значно південніше традиційних маршрутів. Нагадаємо, що земна куля має форму близьку до еліпсу, тому аналіз цієї ситуації за допомогою площинної проекції (географічних карт) не є репрезентативною. Так, вже зараз для здійснення польоту з аеропорту Кишинєва до грузинського міста Батумі потрібно з молдовської столиця прямувати на південь і приблизно на рівня болгарської Варни звертати на схід до південно-східного узбережжя Чорного моря.

В цілому в останнє десятиліття до початку світової пандемії та інтенсивної фази російської агресії динаміка перевезень в рамках глобальної системи вирізняється експоненціальним збільшення перевезення людей. Тільки в 2010 році спостерігалось мінімальне в порівнянні з 2009 роком

зменшення перевезень авіаційним транспортом (на 0,4%). Причина таких показників пов'язана зі зростанням економічного потенціалу та якості життя населення країн Східної, Південно-Східної, Південної та Південно-Західної Азії. Тобто, ще в більшій ступені мали зрости та зросли показники фінансових результатів авіаційної галузі світу (рис. 1.1).

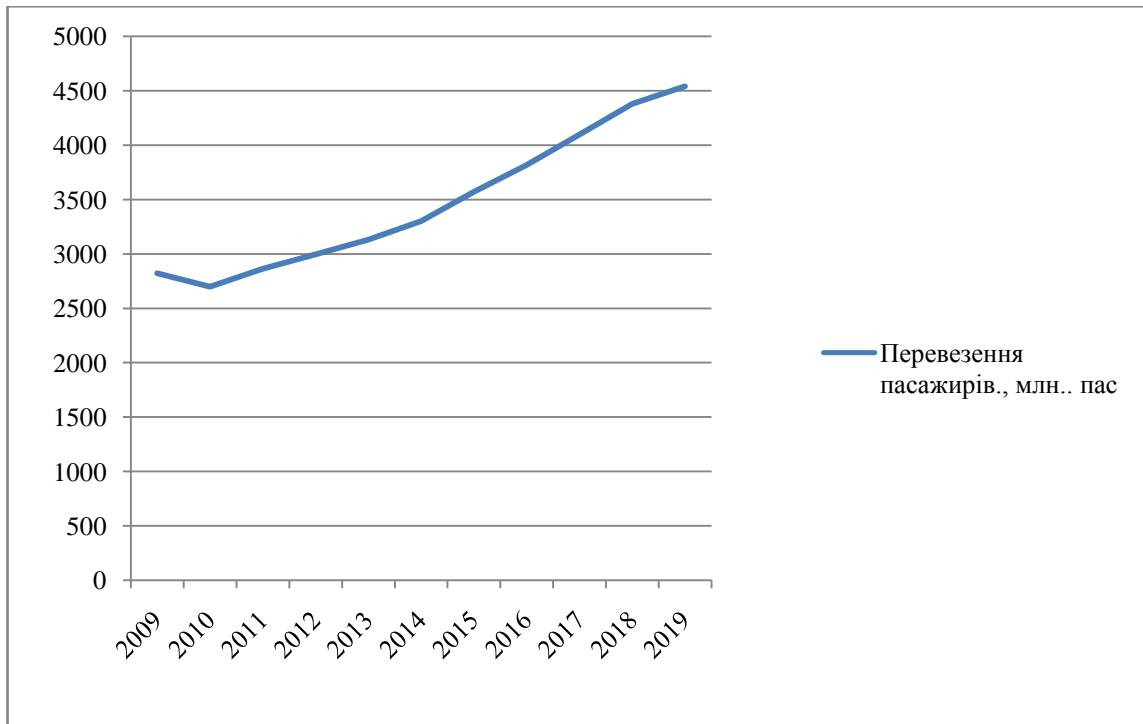


Рис. 1.1. Динаміка авіаперевезення в світі

Джерело: [Розроблена автором, на базі даних 9]

Починаючи з 1960-х рр. широко використовували літаки з турбореактивними двигунами, які до 1980 р. становили вже 73,7 % від загального парку. Поява на міжнародних лініях широкофюзеляжних літаків, які перевозили по кілька сотень пасажирів, відкрила нові можливості. Провісником нової епохи в авіаперевезеннях, що наступає, став літак "Джамбо-Джет" – Боїнг 747. Це був перший літак, призначений для однієї мети: перевозити якомога більше пасажирів із найменшими витратами.

Широкофюзеляжні літаки використовують головним чином для перевезення пасажирів на далекі відстані, а тарифи на політ у звичайних авіакомпаніях порівняно високі, тому почали з'являтися авіакомпанії, які

отримали назву "дешевих" перевізників (Low-Cost Carriers – LCC). Ці компанії спеціалізуються на коротких маршрутах і застосуванні низьких тарифів. Їхня діяльність, завдяки вигідним для клієнтів тарифам і організації маршрутів на найпопулярніших напрямках, а також використанню для продажу квитків власних веб-сайтів в Інтернеті, стрімко розширюється, особливо в Європі та Азії.

Ціновий ефект досягається за рахунок зменшення витрат на обслуговування та використання для діяльності аеропортів зі меншою вартістю аеропортних зборів тощо. Також, важливе значення мають зменшення обслуговуючого персоналу до безпекового рівня та мінімізація часу перебування літака в аеропорту. Для цього також використовуються менш комфортні літаки, а потрапити на борт можна забронювавши квиток в мережі Інтернет [8, 10].

До 2005 р. кількість "дешевих" авіакомпаній перевищила 130, а кількість маршрутів, які вони обслуговують, переважила за тисячу. На початку 2020-х рр. цими компаніями перевозиться понад 20% усіх пасажирів. В Україні в 2020 році на міжнародних рейсах 110 компанії (30% компанії які працюють) це LCC компанії, які генерували близько 70% нового пасажиропотоку (Омелян).

З кожним роком посилюватиметься конкуренція між регулярними та чартерними перевізниками, відповідно змінюватиметься і політика туристських компаній.

На збут послуг і регулювання діяльності авіакомпаній в сфері туристичного бізнесу значний вплив справляє впровадження збутових технологій через електронну мережу. Оперативний продаж квитків через Інтернет стає дедалі популярнішим.

Науково-технічний прогрес призвів не тільки до розвитку авіаційних перевезень, а й до встановлення правових міжнародних норм. Після офіційного визначення ІКАО в 1952 р. статусу регулярних повітряних перевезень і після укладення в 1956 р. багатосторонньої угоди про

комерційні права нерегулярних повітряних перевезень у Європі почала інтенсивно практикуватися фрахтування літаків. Чартерні перевезення стали приваблювати пасажирів, особливо туристів, головним чином ціною авіаквитків, яка була на 30-40 % нижчою за тарифи регулярних рейсів. Авіакомпанії, що виконували регулярні польоти, почали створювати "незалежні" дочірні авіакомпанії для виконання чартерних рейсів. Нині чартерні перевезення становлять 12 % у загальному обсязі міжнародних авіарейсів [13].

1.2. Організація авіап перевезень туристичними фірмами

Основна частка в загальній структурі транспортних послуг для туристів належить авіаційному транспорту. Найбільша кількість туристів, особливо тих, що подорожують на далекі відстані, користуються послугами авіації. При цьому літак можна, фігурально висловлюючись, назвати транспортом індивідуалів. Наймасовіші потоки туристів, які подорожують із курортною, діловою, розважальною, пізнавальною цілями, складають індивідуальні туристи. І саме вони найчастіше користуються авіаційним транспортом [11].

Згідно зі статистикою темпи зростання популярності авіатранспорту вищі, ніж автотранспорту, що зумовлюється дедалі більшим розширенням географії подорожей та наявною стійкою тенденцією до скорочення термінів подорожі на користь їхньої частоти (зростання короткострокових турів на далекі відстані). Усе це викликає пильну увагу туристського бізнесу до авіаційних перевезень. Літаки - найпопулярніший вид транспорту у світі. Це ж можна сказати і про авіап перевезення в туризмі. І цьому є низка причин:

- по-перше, авіація - найшвидший і найзручніший вид транспорту під час переїздів на далекі відстані;
- по-друге, сервіс на авіарейсах нині має привабливий для туристів вигляд;

- по-третє, авіаційні компанії напряму і через міжнародні мережі бронювання та резервування виплачують туристським агентствам комісійні за кожне заброньоване в літаку місце, мотивуючи їх тим самим обирати авіап перевезення [25].

Згідно зі статистикою темпи зростання популярності авіатранспорту вищі, ніж автотранспорту, що зумовлюється дедалі більшим розширенням географії подорожей та наявною стійкою тенденцією до скорочення термінів подорожі на користь їхньої частоти (зростання короткострокових турів на далекі відстані). Усе це викликає пильну увагу туристського бізнесу до авіаційних перевезень. Літаки - найпопулярніший вид транспорту у світі. Це ж можна сказати і про авіап перевезення в туризмі. І цьому є низка причин:

- по-перше, авіація - найшвидший і найзручніший вид транспорту під час переїздів на далекі відстані;

- по-друге, сервіс на авіарейсах нині має привабливий для туристів вигляд;

- по-третє, авіаційні компанії напряму і через міжнародні мережі бронювання та резервування виплачують туристським агентствам комісійні за кожне заброньоване в літаку місце, мотивуючи їх тим самим обирати авіап перевезення [21].

Сучасний рівень розвитку суспільних відносин та збільшення ролі туризму актуалізувало питання нових методів взаємодії між туристичними організаціями та авіакомпаніями. Це природно, тому що однією з найбільших категорії пасажирів авіакомпанії є туристи. В стратегічному аспекті саме вказана група споживачів послуг розглядається як найбільш перспективна в плані сталого розвитку і тому під їх потреби формується авіапарк.

Розроблені та впроваджені варіанти взаємодії між авіакомпаніями та туристичними фірмами можуть бути структуровані за такими напрямками:

- системи бронювання – бронювання місць та викуп авіаквитків;

- договір з авіакомпанією на квоту місць на регулярних авіалініях;

- агентська угода та діяльність туристичної фірми як агентства з продажу авіаквитків для своїх туристів;
- організація чартерних авіарейсів під туристичні авіап перевезення.

Розглянемо ці напрямки більш докладно. Глобальні дистрибуторні системи (Global Distribution System – GDS) орієнтовані на інституційно розвинених туристичних організаціях. Такої масштаб їм надає феноменальна велика кількість терміналів по всій планеті. При цьому, послуга на GDS (Amadeus / System One; Galileo / Apollo; Sabre / Fantasia; WorldSpan / Abacus) є комплексною. Окрім авіапослуг, можна ще замовити послуги в сфері гостинності, трансфер та інші продукти комплексного туристичного продукту. Відзначимо, що ці системи вирізняються чіткою спеціалізацією в розрізі території. Європейський ринок контролюється Amadeus та Galileo, а американський залишається за Sabre.

Системи бронювання є найбільш вдалим маркетинговим ходом в туристичній індустрії світу в кінці XX – початку XXI століття. Його інструментарій також дозволяє структурувати потоки в цьому професійному середовищі. Зокрема, мова іде про всі аспекти аналізу ринку для покращення економічних показників [5].

Але, для того щоб туристичним організаціям скористуватися перевагою таких глобальних систем, вони мають отримати акредитацію IATA. Консенсусним рішенням членів міжнародної асоціації повітряного транспорту була розроблена Агентська програма, яка регламентувала взаємовідносини з агентами з продажу. В Україні діють агентські правила продажу пасажирських перевезень – Резолюція 800 IATA [2].

Також, в рамках співробітництва з авіап перевізниками туристичні організації мають можливість мати квоту на кількість місць на регулярних маршрутах. При цьому, прив'язка може бути жорсткою або м'якою. Якщо договір має жорстку прив'язку, то вся відповідальність за незаповненість замовленого блоку лягає на туристичну фірму. В цьому випадку все бремя фінансових втрат несе саме представник туристичної галузі. А ось договір по

м'якій квоті допускає можливість відмови від всієї коти, або її частини. Далі питанням реалізації квитків займається авіаперевізник. В цьому варіанті договір передбачає квоту, графік впровадження турів.

Під агентською угодою туристичної організації з авіакомпанією розуміють договір при якому вона фактично виступає представництвом авіакомпанії, яке має право продажу квитків на маршрути. Тобто, фактично туристичне агентство, при не заповненні замовлених міст профільними туристами, може пустити їх на вільний продаж. За рахунок фактично представлення перевізника, як місця продажу його квитків, туристичне агентство отримує можливість зменшити ризик не заповнення власної квоти на місця в літаку. Цей інструмент базується на відкритій для агентства системі бронювання авіакомпанії та в професійному середовищі називається «робота зі стоком авіаквитків». А авіакомпанія отримує ще один пункт продажу квитків і отримує стійкі замовлення за рахунок туристів.

Актуальність реалізації агентської угоди передбачає вирішення значного передня питань:

- умови забезпечення туристичної організації обладнання для продажу авіаквитків, а воно не дешеве і ліцензоване;
- характер договору включає врахування окремого для кожного конкретного випадку кількість обов'язкових продажів квитків та отримання фінансових результатів продажу;
- характер представництва (територіальне або сегментне);
- особливості цінової політики – за чієї ціною продавати білет (зрозуміло що ціна перевізника менша і тому в абсолютній кількості випадків застосовується вона);
- які є умови оплати авіаквитків з боку туристичного агентства (оплата при отриманні доступу до продажу на рейс відповідно до умов договору або в процесі продажу);
- характер комісійної винагороди за продаж білетів (до 9% проданого по тарифу);

- строки та регулярність подання звітів авіакомпанії, їхня форма та необхідна в додатку документація (зазвичай 1 або 2 рази на місяць);

- розмір банківських гарантій на користь авіакомпанії або IATA (від 20 тис. дол. США);

- членство в IATA.

Важливе місце в перевезеннях туристів займає організація та виконання чартерних (замовлених) перевезень. Виконанню чартерних перевезень передують два фактори:

1. Відсутність можливості перевезення туристів на регулярному рейсі внаслідок відсутності вільних місць у літаку. Чартерні туристичні перевезення є стратегічним напрямком по формуванню парку ПС, що зумовлює сильну конкуренцію між авіакомпаніями на право здійснювати чартерні перевезення, які є джерелом значних доходів.

2. Основною перевагою виконання чартерних перевезень є відкриття нових туристичних ринків, що у наслідку надають можливість авіакомпаніям почати регулярні пасажирські перевезення.

3. Планування чартерних (замовлених) рейсів займає важливе місце в організації авіаперевезень туристів. Чартерні перевезення здійснюються, як правило, по напрямках великих туристичних потоків, у високий сезон часу (особливо в літню пору року).

Варто зазначити, що як правова основа спільної діяльності авіакомпанії та туристичної фірми використовується двостороння угода, розроблена Міжнародною асоціацією повітряного транспорту, що включає в себе основні принципи комерційного співробітництва. Організація перевезень будується на аналізі досягнутого рівня перевезень туристів, темпів приросту чи зниження планованих обсягів. На підставі такого аналізу авіакомпанія проводить комплекс комерційних заходів, що включають:

1. Складання розкладу руху повітряних судів при плануванні перевезень туристів на регулярних рейсах у залежності від періоду перевезень.

Розрізняють два періоди: зимовий (з листопада по березень) і літній (із квітня по жовтень).

2. Розробку спеціальних тарифів і правил їхнього застосування для перевезення туристів у залежності від їх кількості (індивідуалів чи групи), термінів їхнього перебування, сезонності, турпакетів.
3. Виділення блоків місць для бронювання туристичних перевезень на регулярних рейсах.
4. Планування і виконання чартерних рейсів
5. Узгодження перевезень туристів з іншими авіакомпаніями по складних маршрутах (включаючи перевезення двома та більше авіаперевізниками).
6. Спільна участь з туристичною фірмою в рекламних кампаніях.
7. Вдосконалення якості обслуговування туристів на борту повітряного судна.
8. Розвиток нових туристичних авіаційних маршрутів.
9. Спільне співробітництво в області сучасних комп'ютерних технологій.
10. Підготовка і навчання фахівців туристичних фірм в області застосування авіаційних тарифів і бронювання місць на повітряному транспорті.

Повітряний транспорт став невід'ємною частиною комплексних туристичних продуктів, що зумовило співпрацю між авіакомпаніями і туристичними агентствами. Наочно це проявляється через систему бронювання та купівлі квитків, наявності юридичних домовленостей між авіакомпаніями та туристичними організаціями, яка орієнтована на виділення місць на регулярних рейсах, укладання агентських договорів про організацію чартерних рейсів. Ці організаційні форми співпраці дають туристичним компаніям можливість отримати вигідні тарифи на перевезення її туристів засобами авіакомпанії та на практиці виражається збільшенням продажу квитків та відповідно покращення фінансових показників обох партнерів. Тобто, фактично ми можемо говорити, що співпраця між авіаперевізниками та туристичними організаціями призвела до вироблення підходів, які фактично сформували сучасне зростання авіаційних туристичних перевезень.

1.3. Місце авіаційного транспорту в формуванні комплексного туристичного продукту

Авіаційний транспорт є зараз єдиним транспортним способом, за допомогою якого можна створити глобальну мережу зв'язків між різними точками світу, спрощуючи соціально-економічний розвиток між країнами. У теперішній час практично кожна людина має можливість літати за розумною ціною. Це означає, що повітряний транспорт має великий вплив на сталий розвиток сучасного суспільства. Туризм і повітряний душний транспорт взаємно залежать один від одного.

Ці дві сфери суспільного життя дуже пов'язані між собою. Основна конкурентна перевага авіації на ринку туристичних послуг – це швидке, безпечне та комфортне переміщення клієнтів туристичних компанії, які в свою чергу допомагають в формуванні сталої клієнтської бази та збільшення фізичного обсягу перевезень людей. Ця обставина зумовила що на засіданні в Медельїні (2015 р.) в рамках 21-ої сесії Генеральної асамблеї Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) у Медельїні, спільно з ICAO була представлені стратегічні пріоритети «Туризм і повітряний транспорт в інтересах розвитку». В ній мова йшла про спільний потенціал авіатранспорту і туризму для покращення соціально-економічного розвитку та якості життя. Після цієї вагомий події ICAO та UNWTO спільно працюють над покращення взаємного впливу туризму та авіаційних пасажирських перевезень. Тобто, цілком природно почалося співробітництво між цими двома організаціями.

Авіацію доволі часто називають ключовим чинником розвитку туризму. В цьому безумовно є сенс. Тому що зростання швидкості, безпеки і комфорту транспортування відображають сучасні тенденції розвитку туризму в глобалізованому світі. При цьому, необхідно розуміти, що темпи зростання темпів міжрегіональних подорожей (близько 5%) більше відповідного показника по внутрішньорегіональним поїздкам (близько 4%). Тобто, мова йде про те, що сучасні тенденції набагато розумніші,

досвідчинеше і ризикованіше за своїх попередників. Зараз населення рахує, що доцільніше поїхати в далеку подорож і при цьому відвідати значно більшу кількість туристичних дестинації за одну подорож.

Наявна статистика показує, що авіаційні перевезення мають дуже велике значення для розвитку туристичної галузі. Так, в 1980 р. тільки близько 38% від загальної кількості подорожей різними видами транспорту здійснюють це з використанням авіаційного транспорту. Але вже к кінцю ХХ-го століття відбулась кардинальна зміна ситуації. Вже в 2004 р. частка авіаційних перевезень на ринку туристичних послуг зросла до 43%. А наступного року вона уперше перевищила частку таких перевезень автотранспортом [7]. В наступні п'ятнадцять років це відношення зростала на користь авіаційного транспорту.

Так, в 2008 році частка глобальних туристичних прибуттів з використанням авіаційного транспорту значно більше за туристичні потоки, які відбуваються за участю всіх інших засобів узятих разом. За останні практично п'ятнадцять років в світі регулярно відбувалося зростання прибуттів за допомогою повітряного транспорту. Виключення відбулися тільки в 2010 та 2011 роках. Дослідники пов'язують це з наслідками глобального економічного кризи 2008 – 2009 рр.

В середині 2020-х років це лідерство продовжує бути беззаперечним. Літаки в середньому завантажуються в середньому на 81%, що значно вища за всі інші види транспорту. Так, при регулярних щоденних 120 тис. авіарейсах перевозиться біля 12 млн. пасажирів. Про рівень розвитку цієї галузі господарства говорить наявність 1300 авіакомпанії з парком в більше 31 тис. літаків, які обслуговуються в 4 тис. повітряних воріт (аеропортів) світу.

За матеріалами ІСАО, в 2017 р. пасажирська авіація перевезла близько 4,1 млрд. пасажирів, а в 2020 р. вже більше 4,6 млрд. пасажирів. За прогнозами до 2036 р. обсяг річних авіаперевезень зросте майже вдвічі і становитиме 7,8 млрд. [4]. Відзначимо, що сучасні глобальні катаклізми

ставлять під питання його реалізацію. Однак, треба враховувати, що після завершення війни незворотно відбудеться відновлення світової економіки. На цьому тлі зростання авіап перевезення буде одним з основних каталізатором розвитку господарства. Але, все ж таки треба розуміти, що все залежить від часу завершення війни, того чи обмежиться вона тільки територією України, чи перейде до європейських країн.

Не дивлячись на конкурентні переваги авіап перевезень на міждержавному рівні, практично три п'ятих (58,5%) пасажирів складають внутрішні, а дві п'ятих (42,5%). При цьому, спостерігається чітка територіальна диспропорція. Якщо раніше лідером з перевезень була Європа, то з початку 2000-х років вона значно поступається Азійсько-Тихоокеанському регіону та Америці. Далі ідуть Близький Схід та Африка. Австралія знаходиться далеко від основних маршрутів. Лідерами серед країн світу за пасажирськими перевезеннями повітрям виступають США, Китай і ОАЕ [43].

Європа зберегла домінуючі позиції за міжнародними авіап перевезеннями. Тут це безумовно пояснюється малою площею країн. Європа разом з країнами Азійсько-Тихоокеанського регіону, який вона значно випереджає, забезпечує абсолютну більшість пасажиропотоку. За цим показником, в розрізі окремих країн, лідируючі позиції займають США, ОАЕ та Великобританії [1,2,4]. Географічне положення та віддаленість від основних баз рекреантів обумовлюють, що більше половини туристичних прибуттів до них здійснюється повітрям.

Авіаційна галузь забезпечує зростання туристичних потоків та посилює соціально-економічну функцію туристичної діяльності. Бажання використовувати авіацію для доставки туристів призводить і до збільшення доходів від туризму і до збільшення зайнятості в індустрії туризму. В цілому на нашій планеті повітряний транспорт створює близько 36,9 млн. робочих місць в туристично-рекреаційній галузі і допомагає в отриманні 898 млрд. доларів США.

Соціально-економічна роль авіатранспорту в розвитку туристично-рекреаційного господарства значно різниться в розрізі регіонів. Так, наприклад, у 2019 р. європейський макрорегіон отримав 293 млрд. дол. США від туристів, які до нього прилетіли. При цьому загальний ефект від цього виражається в забезпеченні функціонування 5,1 млн. робочих місць. В Азійсько-Тихоокеанському регіоні (АТР) такий дохід складав не набагато менше – 288 млрд. доларів США. При цьому, завдяки значно меншій вартості робочої сили, це дало можливість створити там 20,5 млн. Америка отримав близько 215 млрд. дол., за ці гроші забезпечували приблизно стільки ж робочих місць як і в Європі.

На Близькому Сході міжнародні туристи цієї категорії залишали тут 33.1 млрд. доларів, що забезпечило функціонування 1,3 млн. робочих місць. Відповідні показники найменшими були для Африки і приносили в економіку країн материка 35,9 млрд. доларів США і підтримали 4,9 млн. робочих місць [1]. Відзначимо, що наведений рейтинг туристичних регіонів за витратами міжнародних туристів, які використали повітряний транспорт, корелюється з рейтингом від доходу на ринку міжнародного туризму. Тобто, у всіх макрорегіонах світу авіатранспорт чітко давно займає головні позиції в питанні залучення міжнародних туристів. Порівнюючи ці рейтинги, можемо говорити що туристи засобами авіаційного транспорт приносять понад половину всіх отриманих доходів регіону від в'їзного (міжнародного) туризму.

Найвища частка доходів, що була забезпечена іноземними туристами, які прибули повітряним шляхом – в АТР, де вона становила 78% від усіх доходів регіону. Натомість у Європі вона складала 65,5%. Наведені дані відображають загальні тенденції у суперництві Європи та АТР на міжнародному ринку туристичних послуг, де останній робить помітні успіхи, у т.ч. й щодо авіаційних перевезень міжнародних туристів. Серед причин цього, передусім, політика лібералізації візового режиму, яку сповідують у більшості країн АТР. За UNWTO серед усіх туристичних регіонів найменше

проблем з візовим режимом саме в АТР, де зазвичай практикується віза у місці прибуття, а також широко розповсюджена електронна віза. Водночас, Європа в цілому дотримується жорстких візових вимог. Зокрема більшість європейських субрегіонів взагалі не надають можливості отримати візу після прибуття, віддаючи перевагу традиційній візі [1]. Серед чинників, що сприяють успіхам АТР на світовому туристичному ринку й розбудова належної інфраструктури авіатранспорту. За кількістю літаків (8455) і аеропортів (1273), які обслуговують пасажирів, АТР серед інших регіонів поступається лише Америці (10272 і 1368 відповідно). Деякі азійські міжнародні аеропорти за загальним пасажирообігом входять до провідної десятки світу – Пекін (2-е місце у світі), Токіо (4-е), Гонконг (7-е), Шанхай (9-е місце у світі). Звертає на себе увагу і той факт, що найпопулярніше місто світу – Бангкок (понад 20 млн. міжнародних прибуттів) посідає 9-е місце у світовому рейтингу аеропортів за обсягом міжнародних пасажирів (48,8 млн.). Серед інших азійських аеропортів, які вирізняються за цим показником – Гонконг (3-е місце у світі), Сінгапур (6-е місце), Корея (7-е) і Тайвань (10-е). Перспективи авіаційних перевезень в туризмі обнадійливі. Кількість подорожей повітряним транспортом, як очікується, продовжуватиме зростати і буде випереджати кількість подорожей іншими видами транспорту. Правда темпи зростання будуть не такими швидкими, як раніше. Упродовж минулих трьох десятиліть темпи приросту подорожей за допомогою авіатранспорту помітно перевищували подорожі іншими видами транспорту – щорічно на 5,2% проти 3,4% відповідно. Але на період до 2036 р. це співвідношення зміниться на 3,4% щорічно проти 3,2% для інших видів транспорту. [2]. Щодо окремих регіонів, то найвищі темпи зростання авіаційних подорожей очікуються у країнах, що розвиваються. Так, на Близькому Сході обсяги авіаційних подорожей зростатимуть упродовж наступних двох десятиліть приблизно на 5,8% щорічно. В АТР авіаперевезення зростатимуть приблизно на 5,5% на рік, а в Латинській Америці – на 4,2%. Натомість в Європі авіаперевезення зростатимуть лише на рівні 3,4% щорічно, ще менше у

Північній Америці – приблизно на 2,7% на рік. За будь яких умов це збільшення, у свою чергу, призведе до зростання економіки та робочих місць, які підтримуються галуззю повітряного транспорту. Популярність авіаційних перевезень, у т.ч. й серед туристів зумовлена багатьма чинниками. Варто зазначити, що авіаційний транспорт є одним з найбезпечніших засобів транспортування людей по всьому світу. У середньому, за оцінками, є одна фатальна аварія на кожні 16 мільйонів польотів. Важливим чинником, що впливає на вибір засобу транспортування є безумовно його вартість. За прогнозами ЮНВТО вартість транспортних перевезень до 2030 року зростатиме щорічно на 1,4%. При цьому вартість повітряного транспорту буде зростати у середньому за рік на 1,1% станом до 2030 року (рис. 1.2.). Отже, вартість проїзду іншими видами транспорту буде продовжувати зростати швидше ніж вартість авіаперевезень [41].

Обсяги туристичних прибуттів у світі за допомогою авіації упродовж 2020 року загалом зростали і на сьогодні перевищують туристичні потоки за участю будь-яких інших засобів транспортування разом узятих. Завдяки активному використанню туристами повітряного транспорту зростають доходи від туризму, а також зайнятість в індустрії туризму. За туристичними регіонами соціально-економічна роль авіаційних перевезень в секторі туризму помітно відрізняється. Серед нинішніх лідерів провідне місце посідає Європа, до найперспективніших належить АТР. Очікується, що у подальшому кількість подорожей повітряним транспортом продовжуватиме зростати і буде випереджати кількість подорожей іншими видами транспорту.

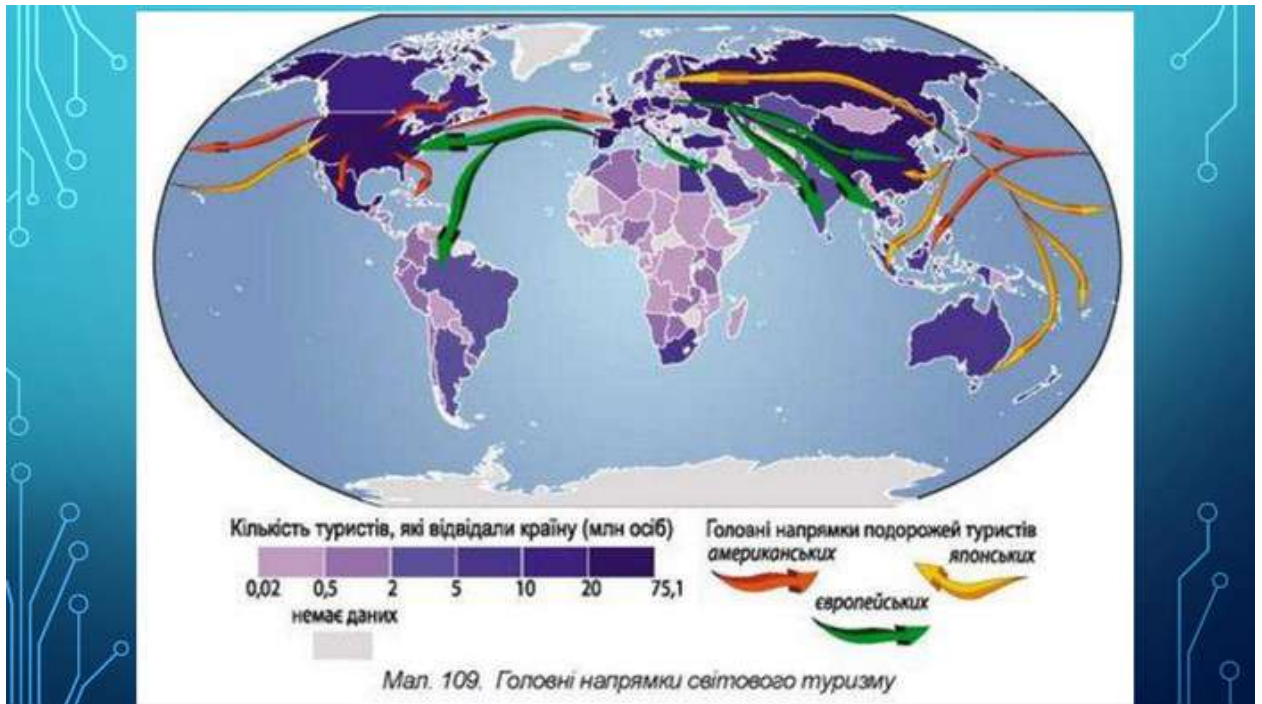


Рис. 1.2. Сучасна динаміка туристичних потоків в світі

Висновки до розділу 1.

Сучасний рівень розвитку технології призвело до появи новітніх засобів пересування. Серед всіх видів транспорту найбільш швидким та безпечним є авіаційний транспорт. Його інтенсивний розвиток став каталізатором зростання багатьох галузей світової економіки і, насамперед, туризму та рекреації. Авіатранспорт в рази зменшив час, який турист витрачав в дорозі до місця відпочинку та надав йому можливість більше відпочивати. А для туристичних компанії з'явилася можливість більше заробляти.

Розроблені та впроваджені в практику маркетингові системи просування туристичного продукту за допомогою інструментаріїв (бронювання, агентські угоди тощо) авіаційних компанії дали дуже стійкий економічний ефект для обох галузей світового господарства. Авіакомпанії частково вирішили питання продажу свої білетів, а туристичні організації – можливість варіювати ціною політикою на трансфер, якій здійснюється авіатранспортом.

Нові маркетингові підходи до розвитку авіасектору та туризму та рекреації дали вагомий синергетичний для економіки. До початку глобальної пандемії та інтенсивної фази російської агресії ці дві галузі розвивалися випереджальними темпами.

РОЗДІЛ II. «TURKISH AIRLINES» - ОДИН З ЛІДЕРІВ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ В СВІТІ

2.1. Загальна характеристика компанії «Turkish Airlines»

Авіакомпанія Turkish Airlines (рис.2.1) є національним перевізником Туреччини, штаб-квартира якої знаходиться в найбільшому місті країни, Стамбулі. З цього міста турецький лідер в сфері авіаперевезень здійснює біля 40 внутрішніх та 120 міжнародних маршрутів. При цьому, географія авіаперевезень, які здійснює ця компанія, дуже широкий та включає всі континенти. Головним логістичним вузлом компанії виступав Міжнародний аеропорт імені Кемаля Ататюрка (IST), який зараз вже закритий. Зараз головна база Новий аеропорт Стамбула [37]. Також важливе значення додаткові аеропорти в Анкарі, Анталії та Ізмірі.



Рис. 2.1. Логотип компанії Turkish Airlines

Траєкторія розвитку має достатньо давню історію. Авіакомпанія Turkish Airlines, маючи 5 повітряних суден, почала свою діяльність в травні 1933 року. Сучасний світовий гігант індустрії тоді мав в штатному розкладі 30 осіб. За наступні 70 років чисельність співробітників компанії збільшилась більше ніж в 1330 разів, до 40000 чоловік. При цьому в 2007 році тільки через аеропорт Стамбула пройшло біля 20 млн. осіб. В квітні наступного

року авіакомпанія увійшла до складу Star Alliance. За увесь період розвитку Turkish Airlines мала три дочірні авіакомпанії Anadolu Jet, Sun Express и B&N Airlines. Остання організація була ліквідована в липні 2015 року.

В 2012 році авіакомпанія офіційно отримала найвище визнання, вона стала найкращою в Європі. Зараз основу авіапарку складає широка лінійка літаків компанії Boeing та Airbus. В цих апаратах виробники реалізували найсучасніші вимоги до комфортності перельотів, включаючи використання інтелектуальних технологій, та екологічності їх роботи.

Проаналізуємо комфортність обслуговування подорожуючих на прикладі флагманів обох літакобудівельних компаній. Так, новий вузькофюзеляжний літак з ряду Boeing 737, B737 MAX, вирізняється високотехнологічним інтер'єром та екстер'єром. Це насамперед, поліпшена конструкція вигнутих за кінцівок крила, що більше вирізняє далеко магістральні літаки, економічний подвійний двигун LEAP-1B, індивідуальна кабіна з великою відстанню між сидіннями, що спрощує управління. До того ж, тут використаний інноваційний дизайн. Така ознака визначається інноваційним дизайном відсіками для ручної поклажі з достатнім місцем для зберігання. Салон цього літака оснащений USB-портами для зарядки мобільних пристроїв та обладнаний спеціальними підголівниками, що зумовлює високий рівень комфорту. Посідаючи третє місце за розміром в сімействі компанії. Також це достатньо швидкісний літак (до 975 км/год).

Літак компанії «Airbus» A321-200 є одним з перших моделей, на якій реалізована концепція «розумного літака», впроваджена система управління польотом «Fly by wire». Літак вирізняється високою пасажиромісткістю, що досягається за рахунок додаткового простору для руху, більшого нахилу сидінь і ширших коридорів.

Маркетингова стратегія Turkish Airlines включає сучасний інтернет-сайт, в якому регулярно оновлюється інформація. Сайт є дуже інформативним та вирізняється двосторонніми зв'язками. При цьому, в

ньому акцент зроблений на нормах перевезення багажу, в т.ч. ручної поклажі, та оформлення авіабілетів [42].

Так, вага можливого безкоштовного провозу багажу вирізняється в залежності від класу бронювання і маршруту; особливості перевезення харчових продуктів зумовлені вимогою країною призначення; авіакомпанія не перевезе більше 32 кг. Відносно норм перевезення багажу треба відзначити, що на міжнародних рейсах пасажир бізнес-класу може перевести до 30 кг, а пасажир економ-класу – до 20 кг.

До початку інтенсивної фази російської агресії проти України авіакомпанія планувала масштабну експансію на ринок країн Близького Сходу та захід на ринок США, Китаю та Південної Кореї. Фактично, не дивлячись на катастрофічні події в Північному Причорномор'ї менеджмент Turkish Airlines зробив вагомий внесок задля вирішення цього питання. Це стало можливим коли трансформації зазнали не тільки польоту літаків, але і ланцюжків постачання запасних частин для літаків. Але, найголовнішою проблемою, яка перешкоджає розвитку авіакомпанії, відповідно до потенційних можливостей та запланованих темпів зростання фінансових показників діяльності є підготовка пілотів. Про те наскільки це складна проблема, в тому числі і для країн які довгий час готують таких фахівців показала російсько-українська війна.

Turkish Airlines це не тільки один зі світових лідерів на ринку авіаперевезень, але і своєрідний каталізатор розвитку національного господарства Туреччини. Ця авіакомпанія вирізняється дуже якісною системою кейтерінга, якій розвивається на основі місцевих продуктів. Вже зараз не менше 80% свіжих овочів, які пропонуються клієнтам компанії, вирощені в Малій Азії.

Зараз флагман авіаперевезень Туреччини стоїть в одному ряду з Емірейтс, Катар Ейрвейз, Сингапур Ейрлайнз, Кореан Ейр тощо.

Авіакомпанія розробляє та впроваджує маркетингові стратегії просування запропонованого продукту. Одним з найпопулярніших продуктів

є Miles&Smiles. Мова іде про цифрову картку, яку можна використовувати за допомогою мобільного додатку. Ця програма лояльності передбачає значну кількість переваг для отримання преференцій на польоти з яких найбільш вагомими є:

- польоти авіакомпанією Turkish Airlines та авіакомпаніями-партнерів в рамках програми Star Alliance;
- купівля преміальних квитків та підвищення класу обслуговування;
- проведення розрахунків за допомогою кредитних карток Miles&Smiles тощо.

Також індивідуальні підходи компанія використовує при розробці меню на своїх рейсах. Тут визначальне значення має географія та час перебування в повітрі. Харчування на внутрішніх, міжнародних та трансконтинентальних рейсах відрізняються. Так, на внутрішніх маршрутах пропонуються ексклюзивні місцеві продукти, які виготовлені з місцевої сировини. Це насамперед різноманітні регіональні турецькі страви та закуски на відкритому вогні, зокрема адана-кебаб. Місцеві етногастрономічні конкурентні переваги також представлені в меню домашніми омлетами, хлібом на місцевих заквасках тощо.

На міжнародних рейсах також переважає збалансоване питання з більшим вмістом білків, овочів і фруктів і менше вуглеводів зі свіжих інгредієнтів. Специфіка харчування в бізнес-класі визначається географією (зокрема тривалістю) та часом доби в межах якого здійснюється переліт. При цьому щотижня змінюється меню.

Значно покращені умови обслуговування для пасажирів бізнес-класу. При вході до літака їх зустрічають напоєм та презентацією меню, яке може бути подане на борту. На міжконтинентальних рейсах пропонується основне харчування, а закуски тільки на деяких рейсах. Серед основних відзначимо кебаб на вугіллі, риба на грилі та місцеві (місце призначення) закуски на вибір. Фішкою є трапеза традиційною турецькою кавою та рахат-лукумом

Також Turkish Airlines розробляє стратегії лояльності для потенційних клієнтів. Однією з таких категорії є студенти, тобто організація працює на перспективу. Мова іде не тільки про привілеї на шляху до навчання, але і при поїздках на зустріч близьким, та дослідження (в тому числі наукові та подорожі, в ході яких населення ознайомлюється (досліджує) з новою для себе культурною спадщиною регіонів). Для отримання переваг студент має верифікувати обліковий запис в Miles&Smiles та приймати участь в запропонованих авіакомпанією програм.

Ключовими особливостями діючої програми є такі елементи:

- вітальні бонуси (1000 миль для нових учасників і 2000 миль загалом);
- додаткові бонуси (нараховується 25% додатково на кожен поїздку до кінця року);
- безкоштовна зміна квитка (одноразово для міжнародних рейсів з оплатою різниці при зміні класу);
- знижки (до 20% на внутрішні, до 15% на міжнародні транзитні рейси та до 20% на рейси між Туреччиною та не признаною Турецькою Республікою Північного Криму).

Для отримання переваг за картою також доцільно за необхідністю використовувати оренди автомобілі (Budget). Можливість отримати бонусні милі визначаються класом транспортного засобу та часу його оренди. При оренді автомобіля економічного класу строком більше 3 днів можна отримати 1500 миль, а ось при оренді транспортного засобу люкс класу – 2500 миль. Також, скористувавшись програмою бюджет клієнт може отримати 30% знижки на оренду автомобіля для поїздок в межах Туреччини. При цьому маємо відзначити що компанія має одну з найбільш розвинених в світі мереж маршрутів. Хоча відповідно до карто-схеми, наведеної на рисунку 2.2, ще є місця куди компанія не літає з Стамбула. Це насамперед цілий материк Австралія та Океанія, та значна частина Південної Америки. В південній частині нового світу компанія літає до Каракасу (Венесуела),

Богати (Колумбія), Буенос-Айроса (Аргентина) та Ріо-де-Жанейро (Бразилія). Але найбільша кількість рейсів перевізник здійснює в мусульманські країни Азії та Африки. Так, тільки до індонезійського архіпелагу реалізується 5 маршрутів. Останнім роками почали виконуватися рейси в сусідні країни Південно-Західної Азії з якими у Туреччини релігійні та морально-етичні конфлікти.

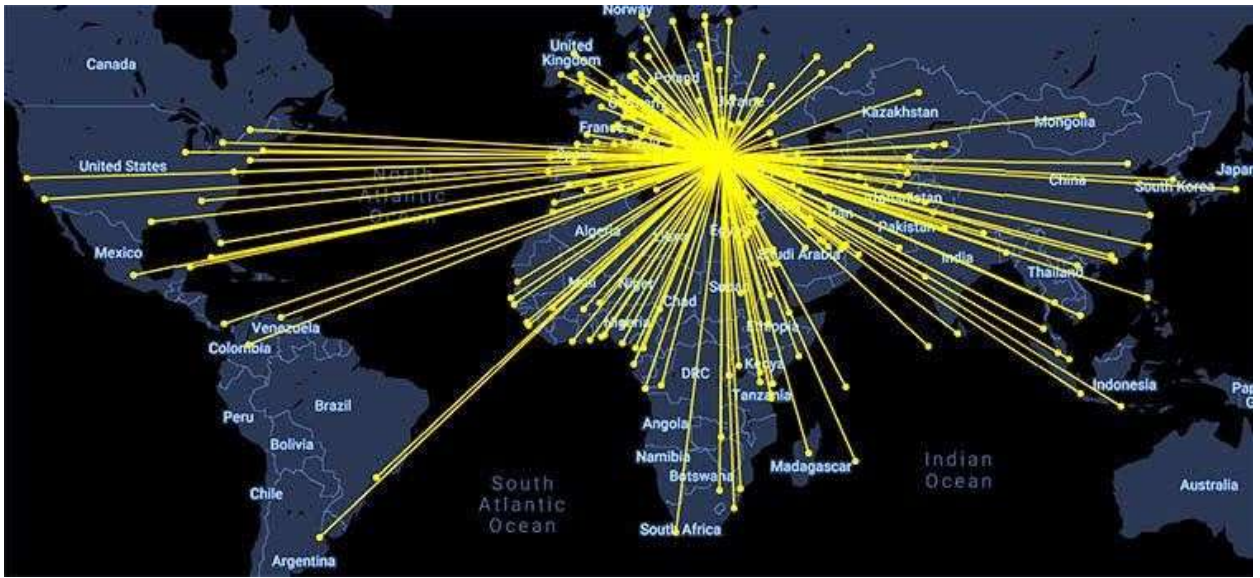


Рис. 2.2. Географія маршрутів Turkish Airlines зі Стамбулу (фото автора з Нового аеропорту міста Стамбул)

Однак негативна обставина відсутності маршрутів в деякі куточки світу з головного аеропорту компанії пом'якшена наявністю маршрутів з інших аеропортів світу. Зокрема з Боготи є маршрути до Австралії. Також слід відзначити рейси з Північної Америки до країн Східної Азії (деки з дозаправкою в Європі). В сучасних умовах, в зв'язку з продовженням часу перебування в повітрі загрузка пасажирських бортів впала (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Карто-схема маршрутів з інших аеропортів світу (фото автора з Нового аеропорту міста Стамбул)

Відповідно до чинного законодавства Туреччини Turkish Airlines зберігає в таємниці (закриває для публічного доступу). Ця обставина дещо зменшує репрезентативність аналізу діяльності авіакомпанії, але в поєднанні з проведеним оглядом якісного розвитку світового ринку авіаперевезень можемо зробити SWOT-аналіз сучасного стану та перспектив розвитку авіакомпанії (таблиця 2.1).

Відразу відзначимо, що метод який застосований обмежує кількість негативних чинників розвитку (як внутрішніх так і зовнішніх) розвитку авіакомпанії. Фактично їх немає – за виключенням впливу сучасних катастрофічних наслідків геополітичних конфліктів в Північному Причорномор'ї та на Близькому Сході.

Таблиця 2.1

SWOT-аналіз сучасного стану та перспектив розвитку Turkish Airlines

Джерело: розроблено автором.

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> - висока капіталізація компанії Turkish Airlines; - вигідне сучасне географічне положення – війни в Північному Причорномор'ї та на Близькому Сході зробив Стамбул безальтернативним за якістю обслуговування та переліком послуг для - різноманітна географія авіарейсів компанії; - збереження економічного потенціалу розвитку компанії, не дивлячись на складну геоекономічну ситуацію в світі; - стабільне входження до 15 найкращих авіакомпаній світу; - входження до основних міжнародних профільних об'єднань та сертифіковано міжнародними агентствами з технологічної безпеки (IOSA, IATA); - сучасні інноваційні підходи до харчування та основі місцевих продуктів та еногастрономічних традиції і фактично крафтового їх виробництва в об'ємах достатнього для кожного рейсу; - розробка та впровадження спеціальних програм для постійних клієнтів (скидки на білети, оренда машини, туризм тощо); - висока туристична атрактивність Туреччини та можливість зацікавити подорожуючих авіатранспортом активним 	<ul style="list-style-type: none"> - закритість організаційно-економічної структури авіакомпанії; - глобальна структура авіакомпанії Turkish Airlines обумовлює її відносно слабку адаптацію до інноваційно-технологічних новацій в різних сферах, пов'язаних з авіап перевезеннями та супутніми послугами; - часто он-лайн послуги недоступні для користувачів, в зв'язку з великим навантаженням на інтернет-ресурси авіакомпанії; - неможливість дозв'язати вантаж, якщо ти на початковому етапі бронювання міста про це не заявив; - мала кількість місць для подорожуючих з тваринами.

відпочинком.	
Можливості	Загрози
<p>- створення Чорноморського (без РФ) мультимодального транспортного хабу, що зумовить значне збільшення клієнтської бази;</p> <p>- за умов найскорішого завершення російсько-української війни та інших існуючих та перспективних конфліктів, Turkish Airlines зможе збільшити пасажиропоток та інші чинники фінансового результату;</p> <p>- розширення обслуговування пасажирів за рахунок перерозподілу пасажирів, збільшення навантаження на аеропорти Анкари та Анталії за рахунок перспективних туристів;</p> <p>- економічна експансія в інші країни та регіони – створення там авіаційних хабів для польотів звідти Turkish Airlines (насамперед з країни та регіонів, які інтенсивно розвиваються – Південно-Східна Азія, Південна Європа);</p> <p>- створення самостійного структурного підрозділу за туристично-рекреаційним напрямком;</p> <p>- створення авіаційної літньої школи (університету, академії) для підготовки пілотів для себе та інших компанії;</p> <p>- впровадження (закупівля) на авіалініях нових суперсучасних за комфортом, екологічністю та швидкістю літаків;</p> <p>- збільшення капіталізації авіакомпанії Turkish Airlines.</p>	<p>- збільшення собівартості перевезень, що стає результатом зміни маршрутів за часів інтенсивної фази російської агресії;</p> <p>- у випадку розростання конфлікту на країни Південно-Західної Азії може зменшитися потік пасажирів, у т.ч. транзитних, до Стамбулу та інших аеропортів Туреччини, які використовує Turkish Airlines;</p> <p>- зменшення фінансової стійкості авіакомпанії;</p> <p>- програш конкуренції лоукост-перевізників на окремих напрямках.</p>

Тобто, авіакомпанія що досліджується, об'єктивно є одним з лідерів на ринку міжнародних авіап перевезень. Тому для визначення проблем розвитку необхідно мати доступ до конфіденційної внутрішньої інформації. В умовах гострої конкурентної боротьби це актуально для більшості крупних, насамперед транснаціональних, компаній.

Внутрішні недоліки (слабкі сторони) обумовлені відносною замкнутістю авіакомпанії Turkish Airlines, яка виражається в рідкісному виході на біржі, та слабкої здатності такої великою компанією швидко впроваджувати нові інноваційно-технологічні рішення в різних сферах своєї діяльності. А ось загрози під впливом зовнішніх чинників визначаються особливостями геополітичних та геоекономічних процесів в світі. На сучасному етапі світового розвитку мова іде насамперед про війну в Північному Причорномор'ї та в Південно-Західній Азії. Від того як та скільки проведуть та завершаться ці військові конфлікти і чи не буде інших, ще більш руйнівних подій. Інтенсивний характер бойових дій робить неможливим пересування повітряних суден в просторі цього регіону. В результаті виникає необхідність шукати можливість облітати проблемні ділянки що збільшує собівартість польоту.

Сильні сторони також пов'язані з катастрофічними подіями в регіоні. Фактично Turkish Airlines залишилася безальтернативно основною авіакомпанією чорноморського регіону, як і основним є аеропорт Стамбула. В ній впроваджені та адаптовані до регіональних аспектів харчування, бронювання білетів та оренда автомобілів тощо.

В сучасній ситуації у відзначеному вище поєднанні чинників Turkish Airlines досягла умовних меж розвитку. Тобто, треба шукати нові підходи до сталого розвитку. Мова іде про створення мультимодального транспортного хабу, формування самостійної організаційної структури та створення літної школи для підготовки пілотів для себе та інших авіакомпаній світу.

2.2. Аналіз ролі «Turkish Airlines» для розвитку туризму

Туризм є допоміжним видом діяльності для авіакомпанії. Він є важливою частиною маркетингової стратегії Turkish Airlines з брендуння авіакомпанії та найбільшого міста країни, яке знаходиться відразу в Європі та Азії. В структурі перевізника працює програма TurIstanbul орієнтована на обслуговуванні транзитних пасажирів. Якщо людина в Стамбулі чекає пересадку на інший рейс від 6 до 24 годин, то вона може цей час використати для культурно-просвітницького відпочинку та ознайомлення з унікальною спадщиною ісламу та християнства.

Для того щоб скористуватися послугами TurIstanbul після проходження паспортного та митного контролю необхідно звернутися до їх офісу. Також потенційні клієнти мають можливість забронювати послугу он-лайн, через Інтернет сторінку. При цьому, важливою особливістю роботи цієї програми є необхідність виконання умов дедлайну – клієнт має бути біля стійки TurIstanbul за 30 хвилин до початку екскурсії.

Так, найбільш часто туристам пропонується програма як складається з таких пам'яток та подій:

- болгарська церква святого Стефана;
- грецький православний коледж Фенера;
- Балат зі старовинними будинками;
- Золотий Ріг;
- фотоперерва на Галатському мосту;
- район Еміненю;
- стіни міста;
- порт Єнікапи;
- акведук Валента;
- площа Таксім;
- турецький сніданок;
- палац Долмабахче.

Основні пункти потенційного туристичного продукту також відображає основні конкурентні переваги Туреччини на туристичному ринку. Зокрема, Стамбул має значну грецьку та болгарську компоненту історії. Так, болгарська церква Святого Стефана є єдиною в світі православною залізною. Її збирання було завершено в липні 1986 р. на місці колишньої дерев'яної церкви. Церква Святого Стефана була місцем фактичного знаходження болгарського екзарха до Балканської війни 1912 року. Вибір матеріалу зумовлений геологічними особливостями території. Тому було прийняте рішення що церква має складатися з готових для зборки залізних плит, а не з використовувати бетонну основну. Компоненти церкви вагою біля 500 тон були вироблені в Відні (1893-1985 рр.) та мали мультимодальний перехід до Константинополя – спочатку залізницею до узбережжя Адріатики, міста Трієст, а потім пароплавом до Константинополя. Базові компоненти церкви зроблені зі сталі, а бокові стіни – з кованого заліза. Всі ця конструкція зібрана за допомогою різних кріпильних засобів, яких було близько 4 млн. одиниць [35].

Також можна ознайомитися з одним з символів (брендів) Стамбула – акведуком Валента. Він побудований в другій половині VI століття н.е. за часів праління імператора Валента та історично був частиною водопровідної системи Константинополя. Положення в старій частині міста на бульварі на честь засновника сучасної світської Туреччини, Кемалю Ататюрка (бульвар Ататюрка). На його прикладі також можемо розвивати в місті геотуризм. На момент свого створення він з'єднував задля кращого функціонування водопровідної системи Константинополя два пагорби. Після побудови він мав довжину 1000 метрів та максимальну висоту в 26 метрів. За 1800 років, завдяки дії геоморфологічних процесів довжина зменшилась на 29 метрів, а висота на 6 метрів. Об'єкт будувався каменями зі стін Халкедона (Калкедона), давньогрецького міста в Малій Азії. Свинцевими трубами, прокладеними верхом акведука, вода надходила в місто аж до середини XIX століття. На початку XXI століття акведук не виконує жодних

гідрологічних функції, і є виключно унікальною за атрактивністю туристичною дестинацією [32].

Якою би не була програма, організатори пропонують завершувати екскурсію в палаці Долмабахче. Це султанській палац на європейській (фракійській) частині міста біля легендарного району міста Фенербахче. Тобто поряд знаходиться один з найбільш легендарних футбольних стадіонів Туреччини «Фенербахче Шюкрю Сараджоглу» де проходять імовірно найзапекліші матчі національного чемпіонату. Протистояння вболівальників футбольних клубів «Галатасараї» та «Бешикташ». Останніми роками до їх протистояння приєднався ще «Істанбул» (рис. 2).

Відповідно до офіційної історіографії на місці сучасного палацу Долмабахче раніше була антична гавань. Вважається, що саме тут на берег вийшов корабель Мехмеда II під час взяття тюрками-сельджуками Константинополя. Після того як в XVII ст. ця гавань була засипана, замість неї було створено місце для відпочинку падишахів, сад Долмабахче. Будівництво нового палацу в стилі барокко завершилося в 1853 р. за часів правління султана Абдул-Меджида I. Він служив резиденцією всіх султанів до падіння монархії. Після цього тут мешкав засновник світської Ататюрк та помер тут 10 листопада 1938 року. І тільки в 1984 році він остаточно був перетворений на музей і приваблює багато туристів [33].

У Стамбулі величезна безліч пам'ятників, музеїв, палаців. Всесвітньо відомий Палац Топкапи - політичний центр османських султанів. Найвідоміші мечеті Стамбула, це мечеть Султана Ахмета з шістьма мінаретами, мечеть Сулейманіє. Найвеличнішим будовою є Собор Святої Софії, нині музей. А також музей Карі і палац Йеребатан, музеї археології Кемаля Ататюрка, музей Садберк Ханім, музеї мозаїки, промисловості, мореплавства, Єврейський музей, Дівоче і Галатская вежі, фортеці Румелі і Анадолю Хисар, а також кріпосні стіни (рис. 2.4).

2.3. Інноваційні підходи до розвитку авіакомпанії «Turkish Airlines»

Сформована традиційна модель функціонування авіакомпаній, яка виражається в регулярних авіалініях з широкою мережею маршрутів, призвела до широкої конкуренції на ринку. Поява на ринку нових низькобюджетних перевізників призвели до перегляду домінувавших протягом багатьох десятиліть інструменти, для зменшення витрат у всіх напрямках діяльності. Це стосується зокрема і тренування пілотів он-лайн. Внутрішньоконтинентальним перевезенням вагому конкуренцію авіаперевізникам складають суперсучасні високошвидкісні поїзда. Такій спосіб пересування і дешевший, і логістично більш вигідний завдяки економії часу. Це визначається близькістю залізничного вокзалу до потенційних клієнтів. Вони переважно знаходяться в центрі міста, що економить час клієнта на виїзд за місто, де концентруються основні аеропорти. Також на малих відстанях, особливо в умовах Європи, вони складають серйозну конкуренцію лоу-костам.

А ось при об'єднанні зусиль авіа – та залізничників можна досягти вагомego синергетичного ефекту. Мова іде про два основні напрямки формування транспортного хабу, де будуть об'єднані всі види транспорту в одній місцевості, або спорудження ліній від залізничного вокзалу до аеропорту.

Випереджальний розвиток інформаційних технологій та супутніх до них галузей впливає на появу нових підходів та інструментів до розвитку авіаперевезень. Так, вона одна з перших застосувала інформаційні технології для бронювання авіаквитків та оптимізації іншої офісної роботи задля збільшення продуктивності праці [15, с 108].

Наприклад, розроблені системи управління доходами значно розширили спроможність авіакомпанії в сфері формування довгострокового попиту стратегічного розвитку в сфері формування попиту, розподілу ресурсів місць, оперативної роботи з тарифами, використання надлишкового

продажу та бронювання, використовуються залізницями, пароплавствами, телекомунікаційними компаніями, ресторанами, у готельному бізнесі та фірмах з оренди автомобілів.

Фінансова ситуація на ринку авіап перевезень тісно пов'язана з волатильністю на ринку вуглеводнів. Ця ситуація може змінитися тільки при вагомому науково-технічному стрибку. Вже зараз ведуться розробки літаків на основі альтернативних видів палива, зокрема, на водневій основі чи сонячної енергії. У разі якщо ці розробки будуть успішно завершені, це неминуче спричинить оновлення парку літаків авіакомпаній, які бажають залишатися конкурентоспроможними на світовому ринку. Витрати на оновлення повітряного парку дуже великі, і кооперація в рамках альянсів або тісніші форми консолідації (злиття) дадуть змогу компаніям шляхом розміщення великих замовлень знизити витрати на закупівлі [23].

Формування транспортних хабів (трансферного центру) дуже дороговартісний проект. Так, термінал в Малайзії обійшовся в 1,5 млрд. дол., а термінал аеропорту Руассі-Шарль-де-Голль (Париж, Франція) – 750 млн євро. Тому такі будівництва фінансуються за рахунок великих авіакомпаній, або це стає об'єктом роботи регіональних органів публічного управління. Причина очевидна – низька окупність, рентабельність на рівня 3-4%, відповідно вкладення можуть повернутися років за 20. А ось, місцеві органи влади більш можуть бути зацікавлені в будівництві, т.к. виграш за рахунок податків до бюджету всіх рівнів. Ефект досягається за рахунок суміжних туризму галузей [24].

Ключовими конкурентними перевагами мереживих та низькобюджетних авіап перевізників є можливість швидше впроваджувати нові технології систем управління доходами, активне використання Інтернету, для підвищення власної конкурентоспроможності.

Входження авіакомпанії до будь-якого альянсу і гармонізація послуг, що ним надаються, є способом конкурентної боротьби і завоювання міцних позицій у різних сегментах внутрішнього і зовнішнього ринків, дає змогу

домогтися ефективнішого використання наявних ресурсів, підвищення конкурентоспроможності за рахунок відповідності сучасним умовам і вимогам ринку. Лідерами в цьому процесі є мегаперевізники США і Європи.

Аналіз системи управління доходами показує, що ефективність діяльності авіакомпанії, завдяки впровадженню подібних систем, значно поліпшується, а слідом за цим зростає і конкурентоспроможність компанії на світовому ринку. Збільшення коефіцієнтів завантаження рейсів авіаперевізників, внаслідок застосування подібних методів, дає змогу компанії утримувати певну частку ринку, грамотно встановлювати кількість місць за тими чи іншими класами обслуговування, і тим самим отримувати найбільший прибуток, підвищуючи свою конкурентоспроможність. Введення в дію таких програм також створить більш сприятливі передумови для приєднання російських авіакомпаній до одного зі світових альянсів авіакомпаній.

Цінова політика авіакомпаній має бути орієнтована насамперед на певний ринковий сегмент. За оптимально визначених тарифів додатковий дохід може становити 5-10 %. Структура тарифів має сегментувати ринок на стільки часток, наскільки це є практичним, отримуючи додатковий дохід від бізнес-клієнтів і встановлюючи тарифи для інших категорій пасажирів з урахуванням стимулювання попиту і заповнюваності рейсу.

Чітка спеціалізація, диференціювання продукту. Це дає змогу провідним мережевим перевізникам витримувати конкуренцію на ринку, а також зберігати лідерство в бізнес-перевезеннях, які є найпривабливішими для будь-якої авіакомпанії. Чітка спеціалізація дасть змогу російським авіакомпаніям більш ефективно позиціонувати себе на ринку і не тільки перешкоджати витоку «старих» клієнтів, а й залучити нових. Поява на російському ринку зарубіжних авіакомпаній-дискаунтерів поставить російських перевізників в умови найжорстокішої конкуренції, і в цьому разі цінові переваги наших авіакомпаній не будуть настільки очевидними.

У міру розвитку ринку авіаперевезень у всьому світі потреба розвивати ефективні маршрутні мережі зростатиме. Природною відправною точкою для стратегічної переваги на ринку буде розклад. Російська авіакомпанія буде більш конкурентоспроможною, якщо зможе запропонувати більшу кількість рейсів, синхронізованих з іншими численними центрами, створюючи тим самим транспортну мережу, що охоплює практично весь світ. Однаково важливими є і вибір часу рейсу, і вибір літака з певною місткістю. Тут же неодмінною умовою є наявність сучасного розвиненого трансферного центру, без існування якого авіаперевізники фактично не зможуть збільшувати частоту рейсів, а як наслідок підвищувати свою конкурентоспроможність.

Використання нових технологій, комп'ютерних систем, які дають змогу оптимізувати парк літаків, скоротити час на ухвалення правильного рішення в разі зміни кон'юнктури, надзвичайних обставин, грамотно вибудувати потік рейсів в аеропорту та давати своєчасні прогнози щодо запровадження того чи іншого маршруту. Авіакомпанії повинні вкладати капітал в інформаційні технології, тому що в результаті підвищення ефективності своєї діяльності та розвитку системи обслуговування пасажирів вони зможуть диференціювати себе, поліпшити рівень сервісу і підвищити свою конкурентоспроможність, зайнявши більшу частку на ринку.

Експлуатація сучасних повітряних суден з високою паливною ефективністю, підвищення інтенсивності їхнього використання, загальна гармонізація парку літаків для зниження витрат авіакомпанії на паливні витрати і витрати з обслуговування техніки, а також забезпечення безпеки польотів.

Для зниження паливних витрат, крім придбання сучасної техніки з високою паливною ефективністю, російські авіакомпанії повинні ширше використовувати міжнародну практику хеджування.

Новим авіакомпаніям слід більш активно і головне швидко впроваджувати міжнародний досвід. Нині вдосконалення старих механізмів

функціонування не принесе бажаних результатів, тому що, незважаючи на витрати, за той самий період часу конкуренти досягнуть новіших рубежів технології, якості, зниження витрат і цін на продукцію, тобто стануть більш конкурентоспроможними. конкурентоспроможними на глобальному ринку.

У період криз на ринку авіапослуг проявилися такі тенденції:

- традиційні перевізники виявилися не в змозі швидко переорієнтувати свою діяльність на нові ринки та втратили частину своїх споживачів, завдяки чому почали активно проявлятися авіакомпанії-дискаунтери, що надають послуги за зниженими цінами;

- надлишок провізних потужностей призвів до того, що мережеві авіакомпанії стали меншою мірою орієнтуватися на високоприбуткових пасажирів, знижуючи ціни для дозавантаження рейсів; зміна правової бази міжнародного регулювання галузі цивільної авіації в умовах світової кризи призводить до посилення стандартів організації діяльності авіакомпаній та вимог до безпеки польотів, витісняючи з ринку авіаперевізників, які не зуміли адаптуватися до нових умов;

- високі ціни на авіапаливо, небезпека терористичних актів, війна на Близькому Сході, епідемія атипової пневмонії, «повітряні затори», що спалюють пальне, - всі ці чинники призвели до зростання витрат авіакомпаній та скорочення їхніх доходів. Скрутне становище в галузі посилило консолідацію ринку авіаперевезень. Ця тенденція є на даний момент найбільш значущою.

Впровадження програм управління доходами стає одним з основних факторів підвищення конкурентоспроможності авіакомпаній на світовому ринку авіапослуг. Поліпшити управління доходами можна тільки за умови глибшої інформованості про потенційний попит на перевезення, вибір часу очікуваних замовлень і максимальної вартості, яку клієнти готові заплатити. Авіакомпанії повинні постійно оцінювати, чи вигідні їм індивідуальні польоти в конкретні дні. Крім того, вони повинні порівнювати дохід з кожного рейсу з визначеним за системою оптимального контролю

управління доходами. Різниця між фактичним і оптимальним доходом визначає потенційну можливість зростання доходу і сегмент попиту, який авіалінія повинна прагнути захопити.

Аналіз системи управління доходами показує, що дохід авіакомпанії, завдяки впровадженню подібних систем, збільшується на 2-5%, а слідом за цим зростає і їхня конкурентоспроможність на світовому ринку. Збільшення коефіцієнтів завантаження рейсів авіаперевізників, внаслідок застосування подібних методів, дає змогу компанії утримувати певну частку ринку, грамотно встановлювати кількість місць за тими чи іншими класами обслуговування, значно знижувати витрати, і тим самим отримувати найбільший прибуток, підвищуючи свою конкурентоспроможність.

Для українських авіакомпанії після завершення війни доцільно спровадити досвід провідних авіакомпаній світу щодо впровадження подібних систем організації виробництва може виявитися надзвичайно корисним для підвищення власної конкурентоспроможності.

Авіакомпанії можуть отримати значну вигоду від розширення своєї маршрутної мережі. По-перше, авіаперевізники, які здійснюють свою діяльність у вузлових центрах, можуть збільшувати частоту рейсів, щоб у геометричній прогресії збільшити кількість обслуговуваних ринків. По-друге, з'являється домінування - здатність авіалінії досягти більшої частки пасажирообігу порівняно з часткою обслуговування. Авіалінії з більшою часткою відправлень отримують непропорційно велику частку доходів. Таким чином, високоприбуткові пасажери будуть залучені авіакомпанією, що пропонує більше обслуговування на ринку.

Розклад є однією з конкурентних переваг: авіакомпанія буде більш конкурентоспроможною, якщо зможе запропонувати більшу кількість рейсів, синхронізованих з іншими численними центрами, створюючи тим самим транспортну мережу, що охоплює практично весь світ. Прагнучи домінувати на певних ринках, напрямках і хабах, компанія отримує можливість

встановлювати свій розклад і керувати попитом на свої перевезення. Однаково важливими є і вибір часу рейсу, і вибір літака з певною місткістю.

Конкурентними перевагами для традиційних перевізників є чітка диференціація своєї пропозиції, висока якість обслуговування та орієнтація на високоприбутковий сегмент перевезень. До десятки лідерів авіаринку входять тільки приватизовані авіакомпанії, що також належить до їхніх відмінних конкурентних переваг.

Підвищує конкурентоспроможність і велика маршрутна мережа авіакомпаній, висока частота рейсів, у поєднанні з розвиненими аеропортовими структурами, наявністю хабів. За рахунок зниження витрат від використання ефекту масштабу, такі авіакомпанії легше інвестують кошти в інновації, нові технології, домагаючись високих доходів і хорошого іміджу у споживачів, що вигідно відрізняє традиційних перевізників від низькобюджетних авіакомпаній і дає змогу залучати бізнес-мандрівників, які приносять найбільший прибуток авіакомпаніям.

Бізнес-модель низькобюджетних авіакомпаній значно відрізняється від традиційної, її основна риса - скорочення витрат за всіма можливими статтями витрат. За даними дослідження Європейської асоціації пілотів (ЕСА) порівняльна економія низькобюджетних перевізників порівняно з традиційними авіаперевізниками становить 43 %.

Низька вартість послуг дала їм змогу істотно потіснити мережевих перевізників на внутрішньоєвропейських рейсах або польотах у межах США, однак, ситуація інакша на міжконтинентальних рейсах через те, що, здійснюючи тривалий переліт, клієнти схильні заплатити більше за додаткові зручності. Оцінюючи перспективи розвитку на майбутнє, можна припустити, що якщо мережеві авіакомпанії не знайдуть способу скоротити вартість своїх послуг на внутрішніх рейсах - завдяки скороченню витрат або синергії, отриманої внаслідок консолідації у формі вступу до альянсу або злиття, грамотної маркетингової компанії, - то найімовірнішим сценарієм розвитку

буде домінування компаній-дискаунтерів на внутрішніх ринках, а мережевих авіакомпаній - на ринках міжконтинентальних і тривалих перельотів.

Аналіз основних процесів, що протікають на світовому ринку авіапослуг, показує, що в умовах конкуренції, яка продовжує загострюватися на міжнародному авіатранспортному ринку, та необхідності зростання ефективності перевезень дедалі чіткіше простежуються тенденції до інтеграції авіакомпаній - від створення простих форм кооперування між собою для спільного розв'язання актуальних завдань (навчання, матеріально-технічне постачання та ін.) до різних форм альянсів авіаперевізників, або жорсткіших форм інтеграції у вигляді юридичних структур, які забезпечують успіх експлуатації багатьох міжнародних авіаліній, які проходять через територію різних країн, до створення простих форм інтеграції, що забезпечують успішну експлуатацію авіаліній, які проходять через територію різних країн. Без такої співпраці практично неможливо забезпечити успішну експлуатацію багатьох міжнародних авіаліній, що проходять через територію різних країн. Крім того, така співпраця дає змогу враховувати інтереси не тільки великих авіакомпаній, а й пасажирів. Входження до будь-якого альянсу і гармонізація послуг, що надаються авіакомпаніями, є способом конкурентної боротьби і завоювання міцних позицій у різних сегментах внутрішнього і зовнішнього ринків, дає змогу домогтися ефективнішого використання наявних ресурсів, підвищення конкурентоспроможності за рахунок відповідності сучасним умовам і вимогам ринку.

Висновки до II розділу

Компанія «Turkish Airlines» є унікальним прикладом інноваційно-технологічного розвитку авіаційних компаній. Почав з регіональної внутрішньотурецької компанії вона перетворилася на одного зі світових лідерів. В 2012 році вона стало найкращою в Європі. Мережа рейсів, які вона здійснює, охоплює всі куточки світу. Абсолютна більшість рейсів здійснюється з Нового аеропорту міста Стамбул, але і є і ті, які здійснюються

з інших аеропортів світу. В сучасних складних умовах компанії вдалося стримати всі ключові показники діяльності.

Туризм є допоміжним видом діяльності для авіакомпанії. Він є важливою частиною маркетингової стратегії Turkish Airlines з брендуння авіакомпанії та міста Стамбул. В структурі перевізника працює програма TurIstanbul орієнтована на обслуговуванні транзитних пасажирів. У авіакомпанії є всі можливості стати одним з лідерів на ринку туризму та рекреації, але для цього потрібно виокремити цю програм в окремий структурний підрозділ. Імовірно це може бути і з широкими регіональними представництвами по всьому світу.

На ринку сформована та впроваджена прогресивна маркетингова система сталого розвитку. Всі інновацій пов'язані з або з науково-технологічним прогресом або з поєднанням роботи авіакомпанії, туристичних організації та інших суб'єктів господарювання.

РОЗДІЛ III. СУЧАСНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ «TURKISHAIRLINES»

3.1. Перспективні напрямки розвитку компанії «Turkish Airlines» та їх вплив на розвиток туризму

Turkish Airlines залишається одним з лідерів світової авіаційної галузі. Виступаючи як своєрідним посередником між країнами глобальної Півночі та країнами глобального Півдня вона змогла мінімізувати втрати від кодива та російсько-української війни і розширити маршрутну мережу, насамперед, за рахунок країн близького сходу. Серед основних напрямів розвитку компанії, на нашу думку, слід розглядати наступні напрямки:

- впровадження проєкту льотної школи авіакомпанії;
- підписання договорів (інтеграція) або організація нового структурного підрозділу з автобусних перевезень;
- формування самостійного структурного підрозділу, які б займалися розвитком туризму та рекреації;
- диверсифікація обслуговування клієнтів компанії – збільшення навантаження на аеропорти Анкари і Анталій.

Проаналізуємо ресурсні перспективи розвитку туристичної галузі. Туреччина достатньо добре забезпечена природно-рекреаційними та історико-культурними рекреаційними ресурсами більша частина їх концентрується в тих же регіонах які виділяються найбільш сприятливими чинниками соціально-економічного розвитку. Однак вони мають таку ж територіальну локалізацію, що і найбільш сприятливі в плані соціально-економічного розвитку регіони країни. На території сучасної Туреччини протягом усього періоду історичного розвитку знаходились унікальні культури цивілізації цей факт зумовив концентрацію тут історико-культурних ресурсів. Найбільш відомими атракціями Туреччини є Стамбул, Троя, Ефес, печерні церкви Каппадокії, Паммукале, і т.д.

В регіонах Туреччини де розвивається інтенсивно туристично-рекреаційне господарство створено розгалужену та зручну транспортну систему, готелі, ресторани. Пляжі та курорти відповідають міжнародним стандартам якості і характеризуються широким ціновим діапазоном – від елітного до економ-класу.

Також треба зауважити, Туреччина більше вдома літнім відпочинком, але все ж таки в країні на високому рівні працюють гірськолижні курорти.

Не дивлячись на значні соціально-економічні зрушення які спостерігаються в Туреччині, останні 2 десятиліття, пристойний соціально-економічний рівень досягнений тільки в європейській частині, та на західній частині пів острова Мала Азія. Туристична галузь була і є одним з локомотивом економічного розвитку держави [7].

Безумовно, основний вид туризму в Туреччині - пляжний відпочинок. За кількістю туристів країна є одним зі світових лідерів і безумовним авторитетом на Середземномор'ї. Цей статус Туреччині вдалося отримати завдяки величезній кількості курортів світового рівня, а також оптимальному поєднанню ціни та якості [12].

Основний лікувально-оздоровчий потенціал зосереджений на узбережжі Егейського (тут зосереджені основні термальні джерела) і Середземного морів (унікальні кліматичний умови сприяють відпочинку на березі моря).

На узбережжі Егейського моря пляжі від природи здебільшого галькові, на Середземному зустрічаються різні. Нерідко на галькові пляжі насипають пісок. Усі пляжі чисті. Промислові підприємства в курортній зоні відсутні. Медузи й акули в тутешніх водах не спостерігаються. При цьому курорти аж ніяк не є одноманітними, у кожному є своя родзинка [38].

У Туреччині досить популярний дайвінг. Коралами тутешні води, на жаль, обділені. У цьому плані Туреччина програє Єгипту. Але й тут подивитися є на що. Насамперед - це підводні печери. У Кемері також можна зануритися до затонулого французького військового судна. Іншими привабливими місцями для дайвінгу є Калкан, Фаллзи, Киркгез і Мерсин

[39]. Враховуючи наведене, можемо говорити що Туреччина вирізняється достатньою кількістю рекреаційних ресурсів для того щоб запропонована до створення галузева структура авіагіганта Turkish Airlines мала можливість перетворитися в організацію, яка буде приносити вагомий дохід в сфері туризму та рекреації.

У Туреччині збереглася величезна безліч історичних пам'яток, що належать різним цивілізаціям і культурам. Чого варте тільки одне з найбільших міст світу - Стамбул. Вельми популярні екскурсії в природні феномени - Памуккале і Каппадокію. Для тих же, хто вважає за краще надовго від пляжів не віддалятися, знайдуться визначні пам'ятки і в околицях кожного курорту [40].

Безумовно, оздоровчий відпочинок - не найпопулярніша мета поїздки до Туреччини. Проте в країні розташовано кілька відомих бальнеологічних курортів [26].

Окремо, природно, стоїть всесвітньо відомий Памуккале. Місцеві джерела не тільки створюють приголомшливі пейзажі, а й лікують захворювання серцево-судинної системи, нервової системи, опорно-рухового апарату, нирок і сечовивідних шляхів, гінекологічні захворювання і захворювання шкіри [27, 28].

На березі Егейського моря розташований бальнеокліматичний курорт Чешме. Неподалік від Стамбула, у вельми мальовничій місцевості, розташований бальнеологічний курорт Ялова. Ще одним бальнеологічним курортом є одне з найбільших міст Туреччини - Бурса.

Безумовним центром екотуризму в Туреччині є Каппадокія. Тутешні пейзажі, печери та підземні міста не залишать мандрівника байдужим. Багато любителів екотуризму вирушають цілеспрямовано саме сюди, оминаючи турецькі пляжі. Досить популярним є дослідження Каппадокії на велосипедах.

Ще одним центром екотуризму в Туреччині є все той же Памуккале. Через величезну кількість туристів, охочих поблукати тутешніми місцями, дедалі частіше лунають наміри турків тимчасово закрити це диво природи для відвідувань і дати йому кілька років «відпочинку».

Вельми популярний у Туреччині рафтинг. Сплавами гірськими річками керують досвідчені інструктори. Досить поширені джип сафари. Як правило, туристам пропонують вирушити в подорож гірськими серпантинами до місць, незайманих людиною.

Зимовий відпочинок у Туреччині поки що не такий популярний, як на європейських курортах. Вельми молоді й самі місцеві курорти. Проте вони цілком відповідають світовим стандартам і є дешевшими. Завдяки цьому їхня популярність із кожним роком зростає.

Найкращі шанси стати найпривабливішим місцем у Туреччині для любителів гірськолижного відпочинку має Паландокен. Це наймолодший з гірськолижних курортів у країні, відмінно оснащений. Знаходиться на північному сході країни, в найвищому гірському масиві Туреччини - Вірменському нагір'ї. Лише за 5 км від нього розташоване велике місто Ерзурум, що має власний аеропорт. У цих же горах розташоване ще одне популярне місце для любителів зимового відпочинку - Сарикамиш.

Найпопулярніший гірськолижний курорт на заході Туреччини - Улудаг. Він розташований неподалік від Бурси, і за 170 км від Стамбула. Вважається фешенебельним і, за турецькими мірками, дорогим.

Туреччина вже багато років є важливим туристичним центром, який приваблює мандрівників своєю красою та культурною спадщиною. Розташована на перетині Східного та Західного світу, Турецька Республіка увібрала та об'єднала все найкраще з Європи та Азії.

Не виключенням є і медичний туризм, який останніми роками набуває популярності нарівні з іншими видами туризму. Мандрівники їдуть до країни, щоб отримати медичну допомогу. Серед найпопулярніших процедур -

складні хірургічні та стоматологічні операції, нирковий діаліз, косметична хірургія та трансплантація органів.

Туреччина входить до десятки найкращих місць для медичного туризму у світі, адже турецький медичний туризм має три вагомні переваги: низька вартість, висока якість обслуговування та швидкий доступ до лікування світового рівня.

Туреччина стала популярним місцем для медичного туризму завдяки своїм передовим медичним технологіям, висококваліфікованим лікарям і доступним цінам. Одним із найпопулярніших міст для медичного туризму в Туреччині є Анталія, розташована на узбережжі Середземного моря, та Стамбул.

Лікування в Туреччині має кілька переваг, зокрема:

Доступні ціни. Однією з найбільших переваг медичного туризму в Туреччині є економія коштів. Лікування та операції в Туреччині можуть коштувати на 60-70% дешевше, ніж у Сполучених Штатах чи Європі, що робить країну привабливою для людей, які шукають високоякісну медичну допомогу за помірними цінами. Наприклад, вартість операції шунтування серця в Туреччині становить близько 10 000 доларів, а в США - до 100 000 доларів.

Передові медичні технології. Останніми роками Туреччина інвестувала значні кошти в медичну інфраструктуру, тож більшість лікарень і клінік оснащені новітнім медичним обладнанням. Завдяки цьому пацієнти можуть отримати високоякісне лікування. Операційне втручання також проводиться з використанням новітнього обладнання та технологій. Приміром, Туреччина має одну з найбільших у Європі систем роботизованої хірургії, що дає змогу проводити точніші операції та прискорювати час відновлення.

Більшість висококваліфікованих лікарів Туреччини мають значний досвід лікування великого спектра захворювань. Багато з них навчалися в Європі та США, тому вільно володіють англійською та іншими мовами.

У більшості випадків під час лікування відсутній мовний бар'єр між лікарем і пацієнтом.

У майбутньому медичний туризм у Туреччині продовжить активно розвиватися, адже уряд активно інвестує в сектор охорони здоров'я. Також Туреччину вважають ідеальним регіоном для оздоровчого туризму завдяки зручності транспортування, що надається Turkish Airlines, національною авіакомпанією, яка здійснює рейси в більшість напрямків світу (120 країн, 299 міст і 302 аеропорти).

У Туреччині планували до 2023 року вийти на 1,5 мільйона оздоровчих туристів на рік і 10 мільярдів доларів США доходу від оздоровчого туризму.

Туреччина є одним із найпопулярніших місць відпочинку у світі та зараз стає популярним напрямком медичного туризму. Лікарні Туреччини пропонують лікування за найсучаснішими медичними протоколами з використанням високоякісного обладнання. Туреччина - популярне місце для оздоровчого туризму і в майбутньому вона продовжить розвивати сектор.

Підсумуємо перспективи нарощування туристичного обороту та півострові мала Азія. Туреччина країна яка знаходиться на двох материках і має унікальні рекреаційні ресурси стала серйозним гравцем на туристичній мапі світу на початку 1990 років. Ефективне використання наявних ресурсів, а також залучення внутрішніх та іноземних фінансових і трудових ресурсів сприяло інтенсивному розвитку туристично-рекреаційне господарство Туреччини.

В регіонах Туреччини де розвивається інтенсивно туристично-рекреаційне господарство створено розгалужену та зручну транспортну систему, готелі, ресторани. Пляжі та курорти відповідають міжнародним стандартам якості і характеризуються широким ціновим діапазоном – від елітного до економ-класу.

Туреччина достатньо добре забезпечена природно-рекреаційними та історико-культурними рекреаційними ресурсами більша частина їх концентрується в тих же регіонах які виділяються найбільш сприятливими

чинниками соціально-економічного розвитку. Однак вони мають таку ж територіальну локалізацію, що і найбільш сприятливі в плані соціально-економічного розвитку регіони країни. На території сучасної Туреччини протягом усього періоду історичного розвитку знаходились унікальні культури цивілізації цей факт зумовив концентрацію тут історико-культурних ресурсів. Найбільш відомими атракціями Туреччини є Стамбул, Троя, Ефес, печерні церкви Каппадокії, Паммукале, і т.д.

Також треба зауважити, Туреччина більше вдома літнім відпочинком, але все ж таки в країні на високому рівні працюють гірськолижні курорти.

Не дивлячись на значні соціально-економічні зрушення які спостерігаються в Туреччині, останні 2 десятиліття, пристойний соціально-економічний рівень досягнений тільки в європейській частині, та на західній частині пів острова Мала Азія. Туристична галузь була і є одним з локомотивом економічного розвитку держави.

Основний лікувально-оздоровчий потенціал зосереджений на узбережжі Егейського (тут зосереджені основні термальні джерела) і Середземного морів (унікальні кліматичний умови сприяють відпочинку на березі моря).

3.2. Формування стратегії розвитку та подальшого вдосконалення авіакомпанії «Turkish Airlines»

Для забезпечення засад сталого розвитку та покращення економічних показників розвитку будь-яка організація (бізнес-структура, освітній заклад, медичний заклад, громада тощо) має мати стратегія розвитку. Цей документ забезпечує обґрунтований погляд (візія, місія) на коротко-, середньо та довгострокові) перспективи розвитку. Його наявність дозволяє організації розвиватися незалежно від змін менеджменту, чи наприклад політичних процесів в країні і регіоні.

Стратегія розвитку потрібна і таким гігантам світової економіки, як Turkish Airlines. Сам процес стратегічного планування, відповідно до методики Європейського Союзу включає такі етапи:

- визначення вихідних позиції для проведення стратегування (аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища організації, включаючи);
- визначення пріоритетних напрямків, операційних цілей та завдань стратегічного планування;
- визначення плану-заходів з її реалізації.

Ключовими аспектами реалізації будь якої стратегії розвитку є визначення наявності та можливості залучення ресурсів (людських, фінансових, інфраструктурних тощо) для реалізації запланованих заходів; якісний моніторинг процесу її реалізації для своєчасного внесення змін до неї. Ефективність розробленої Стратегії діяльністю команди, яка буде займатися реалізацією.

Стратегічний планувальний документ має бути розроблений на принципах інтегрованого розвитку та раціонального природокористування і спрямований на збереження сприятливих умов життя населення. Досягнення цієї мети можливо тільки за умов знаходження спільного знаменника між потребами бізнесу, суспільства та можливістю їх задоволення без вагомого негативного впливу на довкілля. В процесі реалізації Стратегії уповноважені особи мають враховувати ємність простору, його здатність зберігати комфортні умови життєдіяльності населення, можливості довкілля відновлювати свої характеристики тощо. Для вирішення цієї нагальної проблеми необхідно вміти розвиток ситуації при різних варіантах впливу на навколишнє природне середовище. Все це має базуватися на репрезентативному комплексному соціально-економічному та геоекологічному аналізі передумов, сучасного стану та перспектив розвитку громади. Основними компонентами такого дослідження стали:

- географічне положення;
- природні ресурси і умови;
- заселення та господарського освоєння території;
- якість людського капіталу: демографічні процеси, працересурсний потенціал, зайнятості населення;

- соціально-економічна ситуація: структура господарства (сільське господарство, промисловість (в цьому випадку переробка місцевої сировини), сфера послуг), забезпеченість об'єктами та організаціями соціальної сфери, безпековий чинник розвитку громади, фінансово-економічна ситуація, особливості наповнення бюджету, сучасна податкова база та перспективи її збільшення;
- особливості природокористування та перспективи збереження комфортних для життя населення умов довкілля .

Після проведення дослідження необхідно зробити наступні прогнози перспективного розвитку Turkish Airlines:

- негативний, якій спирається на продовженні та розширення конфліктних зон по всьому світу ;
- нейтральний – при збереженні сучасних тенденції розвитку;
- позитивний – при скорішому завершенні конфліктів авіакомпанія буде проводити відновлення всіх напрямів її діяльності на нових інноваційно-технологічних засадах.

Відповідно до сучасних світових норм обов'язковим документом для вступу Стратегії є Звіт зі стратегічної екологічної оцінки – визначення обсягу стратегічної екологічної оцінки планувального документу. Може показатись, що діяльність Turkish Airlines відповідає сучасним строгим екологічним вимогам. Це безумовно так, але науково-технологічний прогрес має лінійний характер і відповідно в середньостроковій перспективі можуть виникнути екологічні виклики.

Стратегічна екологічна оцінка відносно новий механізм реалізації політики, якій передбачає виставлення бар'єрів на шляху негативних впливів стратегії та програм розвитку, генеральних планів населених пунктів ще на етапі підготовки цих ініціатив до прийняття відповідними представницькими органами.

Для підготовки Звіту про стратегічну екологічну оцінку має використовуватися така інформація:

- інформація, яка міститься в інших законодавчих актах і має відношення до проекту Стратегії;
- статистична інформація щодо району планованої діяльності;
- дані моніторингу існуючого стану довкілля (кліматичні, метеорологічні, гідрологічні спостереження, дані про фонове забруднення та ін.);
- статистику захворюваності клієнтів авіакомпанії;
- іншу доступну інформацію.

Проведений нами аналіз розвитку Turkish Airlines дає нам право виділити наступні стратегічні пріоритети розвитку:

- диверсифікація обслуговування пасажирів в Туреччині (залучення аеропортів інших міст, окрім Стамбула);
- розвиток супутніх для авіакомпанії галузей діяльності (туризм, готельно-ресторанне господарство, транспорт);
- суспільна відповідальність за збереження довкілля.

Висновки до III розділу.

На сучасному етапі розвитку Turkish Airlines вирізняється показниками стійкого розвитку, але для його збереження він має адаптуватися до умов динамічного середовища. Нові перспективні напрями розвитку авіакомпанії мають бути включені до Стратегії її розвитку і включати такі позиції: диверсифікація обслуговування пасажирів в Туреччині (залучення аеропортів інших міст, окрім Стамбула); розвиток супутніх для авіакомпанії галузей діяльності (туризм, готельно-ресторанне господарство, транспорт); суспільна відповідальність за збереження довкілля.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження особливостей організації авіаперевезень та їх вплив на розвиток туризму (на прикладі авіакомпанії Turkish Airlines) можемо зробити такі висновки.

Авіаційний транспорт рушійна сила сучасної глобалізованої економіки. Конкурентними перевагами виступають екологічність, швидкість та безпека. Науково-технологічний прогрес, сформовані тенденції залучення клієнтів за рахунок комфортності послуг з авіаперевезення. Цей ринок був поділений ще з середини 1950-х років, але в кінці 1990-х – початку 2000-х років за рахунок інновацій з'явилися нові потужні компанії. Одні з них (Turkish Airlines) увійшли до когорти лідерів ринку, а інші – зайняли нішу на ринку низькобюджетних компаній. При цьому, сучасні катастрофічні суспільно-політичні процеси в світі, зокрема в Північному Причорномор'ї та на Близькому Сході значно зменшили показники зростання обсягів перевезення авіаційними компаніями. Але поки зберігаються можливості швидкого відновлення ринку авіаперевезень в світі.

Сучасний етап взаємодії авіакомпанії та туристичних організації характеризуються кластерною взаємодією. Синергетичний ефект, в тому числі в його фінансовій компоненті, досягається за рахунок взаємного перерозподілу ризиків. Так, зокрема, авіакомпаніям стало простіше реалізовувати квітки, а менеджмент туристичних фірм зможе зменшити витрати на трансфер клієнтів. Розроблені та впроваджені в практику маркетингові системи просування туристичного продукту за допомогою інструментаріїв (бронювання, агентські угоди тощо) авіаційних компанії дали дуже стійкий економічний ефект для обох галузей світового господарства. Авіакомпанії частково вирішили питання продажу свої білетів, а туристичні організації – можливість варіювати ціновою політикою на трансфер, якій здійснюється авіатранспортом.

Комплексний характер розвитку туристичної галузі та інтенсивності таких процесів визначається багатьма чинниками серед яких відзначимо:

доступність ресурсної бази, інтегрованості постачальників основних та суміжних туристичних послуг, джерел фінансових послуг тощо. Вже зараз синергія від взаємодії авіаперевізників та туристичних організацій, багато в чому, зумовлюють інтенсивне зростання перевезень.

Туризм є допоміжним видом діяльності для авіакомпанії. Він є важливою частиною маркетингової стратегії Turkish Airlines з брендуння авіакомпанії та міста Стамбул. В структурі перевізника працює програма TurIstanbul орієнтована на обслуговуванні транзитних пасажирів. У авіакомпанії є всі можливості стати одним з лідерів на ринку туризму та рекреації, але для цього потрібно виокремити цю програм в окремий структурний підрозділ. Імовірно це може бути і з широкими регіональними представництвами по всьому світу.

На ринку сформована та впроваджена прогресивна маркетингова система сталого розвитку. Всі інновацій пов'язані з або з науково-технологічним прогресом або з поєднанням роботи авіакомпанії, туристичних організацій та інших суб'єктів господарювання.

Збереження Turkish Airlines засад сталого розвитку зумовлює потрібність для в пошуках нових організаційно-економічних механізмів діяльності. Відзначимо насамперед такі: інтеграція та розробка різних програм лояльності з автобусними перевізниками для залучення нових клієнтів, наприклад, тих які постраждали від конфлікту в Україні; формування та розвиток туристично-рекреаційної діяльності як самостійного (виокремленого) структурного підрозділу. Розвитку туризму в цієї компанією зумовлений величезною кількістю клієнтів, які проходять через три турецьких аеропорта, які входять до пулу Turkish Airlines і величезним природним та історико-культурним ресурсним потенціалом Туреччини.

На сучасному етапі розвитку Turkish Airlines вирізняється показниками стійкого розвитку, але для його збереження він має адаптуватися до умов динамічного середовища. Нові перспективні напрями розвитку авіакомпанії мають бути включені до Стратегії її розвитку і включати такі позиції:

диверсифікація обслуговування пасажирів в Туреччині (залучення аеропортів інших міст, окрім Стамбула); розвиток супутніх для авіакомпанії галузей діяльності (туризм, готельно-ресторанне господарство, транспорт); суспільна відповідальність за збереження довкілля.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антощишина Н.І. Аналіз ринку авіаційних перевезень. *Вісник національного авіаційного університету*. № 31 (2011).
2. Бабарицька В. К., Любіцева О. О., Федорченко В. К. Організація туризму. К.: ІТЕП, 1994.
3. Бейдик О.О. Навчально-методичний комплекс дисципліни «Географія туризму» для студентів спеціальності «Туризм» спеціалізації «Міжнародний туризм». К.: ВГЛ «Обрії». 2007. –108 с.
4. Бейдик О.О. Навчально-методичний комплекс дисципліни «Рекреаційна географія» для студентів спеціальності «Туризм» спеціалізації «Міжнародний туризм» . К.: ВГЛ «Обрії». 2007. 98 с.
5. Бейдик О.О. Навчально-методичний комплекс дисципліни «Туристсько-рекреаційні ресурси» для студентів спеціальності «Туризм» спеціалізації «Міжнародний туризм». К.: ВГЛ «Обрії». 2007. 108 с.
6. Бугайко Д.О. Лібералізація регулювання перевезень - економічно-правовий інструмент розвитку міжнародних повітряних сполучень. *Економіка та менеджмент*. т. 3. К. : НАУ. 2007. С. 22 - 25.
7. Вуйцик О.Г. Вплив рекреаційно-туристичного комплексу на розвиток економіки держави. *Вісник Львівського національного університету. Серія міжнародні відносини*. 2008. Вип. 24. С.35-42.
8. Гудзь П. В. Економічні проблеми розвитку курортно-рекреаційних територій. Донецьк. 2001. 354 с.
9. Гуменюк Г.М. Організація транспортних подорожей. Івано-Франківськ: Плай. 2008. 210с.
10. Дяченко Л.И. Поняття рекреація та роль в соціально-економічному розвитку регіону. Львов.: НЛТУ Україна. 2007. 375 с.
11. Завидівська О., Завидівська Н., Гуль І. Сучасні інноваційні тренди в туристичній галузі. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес.: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку.

Старобільськ: Луганський національний університет.
імені Тараса Шевченка, 2021. 380 с. С.218-220

12. Лук`янова Л.Г., Цибух В.И. Рекреаційні комплекси. К.: Вища школа, 2004. 346 с.
13. Любіцева О.О. Методика розробки турів. К.: Альтпрес. 2003. 104 с.
14. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К.: Альтерпрес. 2002. 436 с.
15. Масляк П.О. Рекреаційна географія. К.: Знання. 2008. 343 с.
16. Мініч М. І. Туристський словник-довідник. К.: Дніпро. 2000. 360 с.
17. Семенов В.Ф., Стеценко С.В., Олійник В.Д. Туристичне країнознавство. Одеса: Атлант. ОДЕУ. 2010. 340 с.
18. Стафійчук В. І. Рекреалогія. К.: Альтерпрес, 2008. 264 с.
19. Сучасні тенденції розвитку глобального ринку авіаперевезень пасажирів. *Проблеми та перспективи організації авіаційних перевезень, застосування авіації в галузях економіки і розвитку транспортних систем.* К.: Логос. 2011. С. 7–13.
20. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. К.. 2006. 537с.
21. Фастовець Організація транспортних подорожей і перевезень. К.: Муз. Україна, 2003. — 190 с.
22. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія. К.: Центр навчальної літератури. 2007. 312 с.
23. Форма А статистичної звітності ІКАО з повітряного транспорту. Annual Report of the Council-2000 JCAO Doc 9770.
24. Шандор Ф.Ф., Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму. К.: Знання. 2013. 334 с.
25. Anadolu Ajansı [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.aa.com.tr> (дата звернення: 15.03.2024).
26. Все про відпочинок в Туреччині. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://turkey-all.com/kurorty-turcii/> (дата звернення: 12.04.2024).

27. Державіаслужба України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://k.wikipedia.org/wiki> (дата звернення: 25.03.2024).
28. Державна авіаційна служба України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://avia.gov.ua/npd/perel>. (дата звернення: 14.04.2024).
29. Причини виникнення проблем із туристичними авіарейсами [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism> (дата звернення: 09.03.2024).
30. Інформаційний сайт по Туреччині. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.idemnavostok.net/>(дата звернення: 18.03.2024).
31. Інформаційний сайт Туреччини. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://turkey-info/turkey_articles/sightseeings/mediterranean (дата звернення: 17.03.2024).
32. Інформаційний сайт Туреччини. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.turkey2000.ru/resorts/alania.html> (дата звернення: 15.03.2024).
33. Кузьменко Т. К.. Кападокія: втрачений світ [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://tourlib.net/statti_tourism/kuzmenko2.htm. (дата звернення: 18.04.2024).
34. Новий аеропорт Стамбул [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: <https://dreamtravel.ua/int/novyj-aeroport-stambula-samyj-bolshoj-aeroport-mira.html> (дата звернення: 15.03.2024).
35. Подорож в UA – усе про туризм в Україні та за кордоном. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://hottour.kiev.ua/plyazhi-v-antali%D1%97/>(дата звернення: 15.03.2024).
36. Туристичний барометр Всесвітньої туристичної організації. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://tourlib.net/wto.htm> (дата звернення: 15.03.2024).
37. Туреччина-путівник [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://tourmania.com.ua/country/turkey-guide> (дата звернення: 19.04.2024).

38. Туреччина - Сервісний портал для українців [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://visitukraine.today/departure/turkey/ukraine-citizenship/digital-nomads> (дата звернення: 01.04.2024).
39. GoTürkiye: Official Travel Guide of Türkiye [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://goturkiye.com/> (дата звернення: 19.03.2024).
40. Istanbul Airport Official Website [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: <https://www.istairport.com/en> 93 (дата звернення: 05.03.2024).
41. IATA [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: <https://www.iata.org/> (дата звернення: 10.03.2024).
42. Türkiye uyuşurulu [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.ktb.gov.tr/> (дата звернення: 15.03.2024)..
43. UNESCO World Heritage Sites in Turkey [Електронний ресурс]. Режим доступу: (дата звернення: 26.03.2024).

ДОДАТКИ

Таблиця Д. 1

Динаміка ринку авіаційних перевезень у світі

Рік	Перевезення пасажирів., млн.. пас	Темп приросту, %	Викон. пас/км., млн.. пас/км	Темп приросту, %	Викон. т/км., млн.. т/км	Темп приросту, %
2009	2824	-0,4	4540812	-1,1	154976	-8,9
2010	2700	8,7	4901989	8,0	185621	19,8
2011	2865	6,1	5224438	6,6	186178	0,3
2012	2998	4,6	5503910	5,3	184236	-1,0
2013	3132	4,5	5806222	5,5	184696	0,4
2014	3303	5,5	6144510	5,8	194012	4,9
2015	3569	8,1	6543119	6,5	209720	8,1
2016	3817	6,9	7093781	8,4	219556	4,7
2017	4095	7,3	7756926	9,3	245470	10,1
2018	4378	6,9	8198345	5,7	254310	3,6
2019	4540	3,7	8530840	4,1	264991	4,2



Рис. Д.1. Табло міжнародного аеропорту Стамбула

+

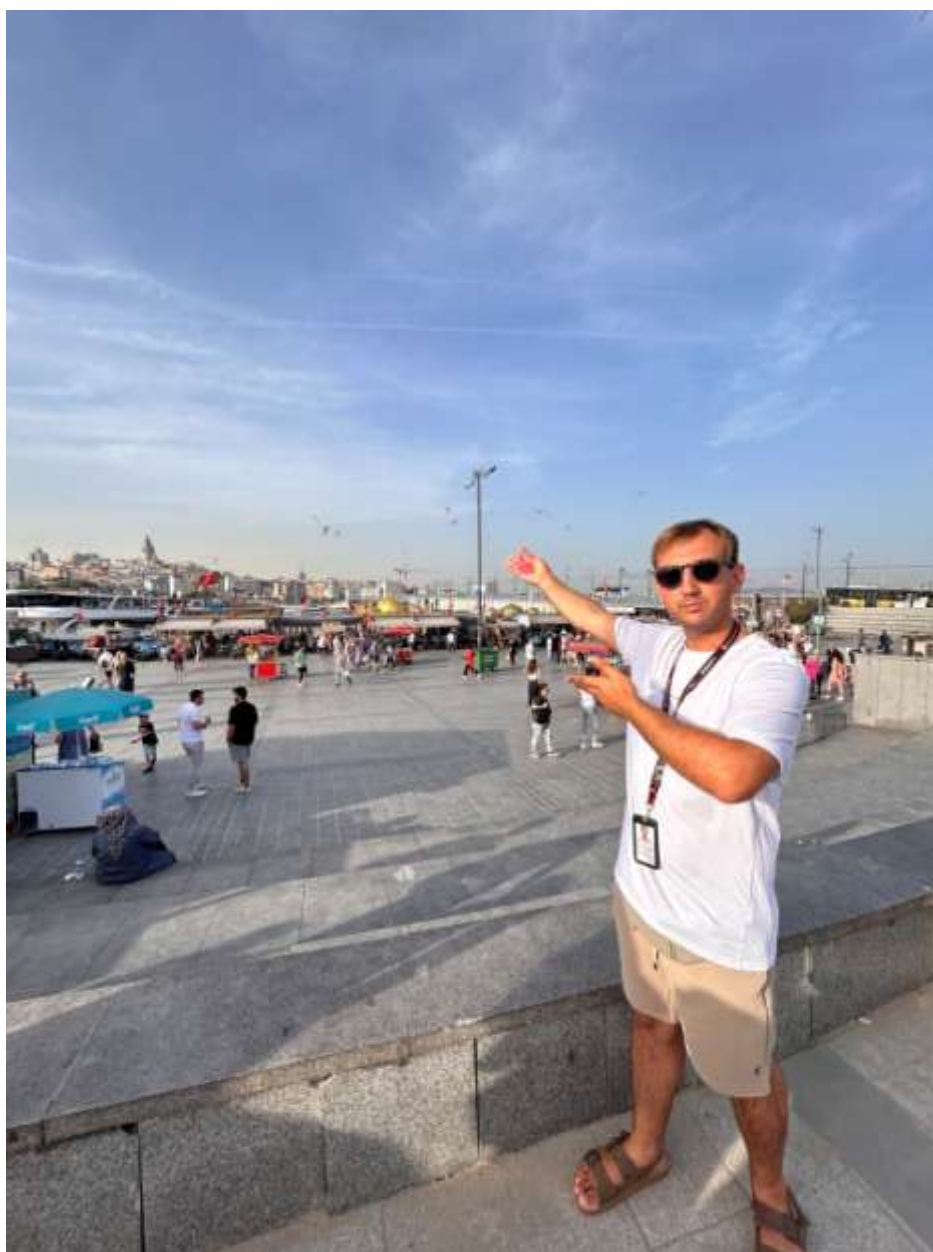


Рис. Д.2. Набережна Босфору (процес впровадження результатів дослідження)



Рис. Д. 3. Палац ТорКарі (Стамбул)