**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет фізичного виховання, здоров’я і туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**бакалавра**

На тему: «Характеристика ринку туристичних авіаперевезень України»

«Characteristics Of The Air Transportation Tourism Market of Ukraine»

Виконала: студентка 3 курсу, групи 6.2420-зс

Спеціальності 242 Туризм

Освітньої програми Туризм

Храпач Олександра Миколаївна

Керівник: Конох Олена Євгеніївна

Рецензент: Храпач Олександра Миколаївна

Запоріжжя – 2023

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет фізичного виховання, здоров’я і туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Ступінь вищої освіти бакалавр

Спеціальність \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**ЗАТВЕРДЖУЮ:**

**Завідувач кафедри туризму та**

**готельно-ресторанної справи**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н. В. Маковецька

(підпис)

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ року

**ЗАВДАННЯ**

**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

(прізвище, ім’я, по-батькові)

1.Тема роботи «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»,  
керівник роботи \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, затверджені наказом ЗНУ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ року № \_\_\_\_\_\_\_.

2. Строк подання студентом роботи \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ року.

3. Вихідні дані до роботи. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов’язкових креслень): \_\_\_ додатків, \_\_\_ літературних посилань.

6. Консультанти роботи:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Розділ | Консультант | Підпис, дата | |
|  |  | Завдання видав | Завдання прийняв |
| Розділ 1 |  |  |  |
| Розділ 2 |  |  |  |
| Розділ 3 |  |  |  |

7. Дата видачі завдання «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ року.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
| 1. | Вступ. Вивчення проблеми, опрацювання джерел та публікацій. | Вересень 2022 р. | *виконано* |
| 2. | Написання першого розділу | Листопад 2022 р. | *виконано* |
| 3. | Написання другого розділу | Грудень 2022 р. | *виконано* |
| 4. | Написання третього розділу | Лютий 2023 р. | *виконано* |
| 5. | Написання висновків, комп’ютерний набір роботи | Березень 2023 р. | *виконано* |
| 6. | Попередній захист кваліфікаційної роботи на кафедрі | Квітень 2023 р. | *виконано* |

**Студент**  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(підпис) П.І.Б.

**Керівник роботи (проекту)** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(підпис) П.І.Б.

**Нормоконтроль пройдено**

**Нормоконтролер** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(підпис) П.І.Б.

**РЕФЕРАТ**

Кваліфікаційна робота – 66 сторінок, 34 літературних джерел.

Мета – дослідити ринок туристичних авіаперевезень України.

У відповідності до поставленої мети передбачається виконання таких завдань:

– розглянути теоретичні основи та охарактеризувати туристичні авіаперевезення як складову туристичної сфери;

– охарактеризувати основні та додаткові послуги авіакомпаній;

– порівняти обслуговування пасажирів в аеропортах і на борту та запропонувати шляхи покращення якості додаткових послуг авіаперевізників в Україні.

Об’єкт дослідження: основні та додаткові послуги авіаперевізників.

Предмет дослідження: додаткові послуги як особливість обслуговування пасажирів при перельотах.

Методи дослідження: теоретичний аналіз літературних джерел, порівняльний та метод системного підходу.

Основна частина роботи присвячена дослідженню якості обслуговування туристів під час авіаперельотів, та наданню додаткових послуг різними авіакомпаніями України, та порівняння кількості та якості послуг між іноземними та українськими авіаперевізниками задля пошуку шляхів впровадження новацій з іноземного ринку авіаперевезень.

ТУРИЗМ, АВІАПЕРЕВЕЗЕННЯ, РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНИХ СФЕРИ, АВІАКОМПАНІЇ, ЦИВІЛЬНА АВІАЦІЯ, ТУРАГЕНТ, ПАСАЖИР

**ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ**

ЄС – Європейський Союз;  
США – Сполучені Штати Америки;  
Км – кілометр;  
Тис. – тисяч;  
IATA – Міжнародна асоціація повітряного транспорту;

АТР – Азійсько-Тихоокеанський регіон;

ІСАО – Міжнародна організація цивільної авіації;

Млрд. – мільярд;

Р. – рік;

ОАЕ – Об’єднані Арабські Емірати;

VIP – Дуже важлива персона;

Wi-Fi – Безпровідний інтернет;

COVID-19 – Коронавірусна хвороба;

% – відсоток;

€ – євро;

Дол. – доллар;

Чол. – чоловік.  
EUR. – євро;

**ЗМІСТ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вступ………………………………………………………………................ | | | 8 |
| Розділ 1. | | Теоретичні основи організації авіаперевезень пасажирів…… | 10 |
|  | 1.1 | Загальна характеристика авіаперевезень на ринку туристичних послуг ……………………………………………. | 10 |
|  | 1.2 | Сучасний стан авіатранспортних сполучень……..………....... | 20 |
| Розділ 2. | | Завдання, методи та організація дослідження………………. | 25 |
|  | 2.1 | Мета та завдання дослідження………………………….………. | 25 |
|  | 2.2 | Методи дослідження…………………….………………………. | 26 |
|  | 2.3 | Організація дослідження………………………………….…….. | 26 |
|  |  | 2.3.1 Основні та додаткові послуги авіаперевізників………… | 26 |
| Розділ 3 | | Порівняльна характеристика організації авіаційних послуг….………………………………………………………… | 52 |
| 3.1 | | Обслуговування туристів в аеропортах………….…………….. | 52 |
| 3.2 | | Обслуговування туристів на рейсі…………………...…………. | 54 |
| 3.3 | | Перспективи розвитку авіаційних перевезень України…………………………………………………………… | 56 |
| Висновки…………………………………………………..………………...... | | | 60 |
| Додатки…………. ……………………………………………….................... | | | 62 |
| Перелік посилань……………..………………………………….................... | | | 63 |
|  | | |  |

**Вступ**

*Актуальність теми.* Повітряний транспорт надзвичайно важливий для туризму. За даними Всесвітньої туристичної організації, переважна більшість пасажирів міжнародних авіаліній подорожують заради туризму, в цілях проведення дозвілля або з професійними цілями. У багатьох країнах авіація відіграє важливу роль у внутрішньому туризмі. У будь-якому разі стрімкий розвиток туризму у світі багато в чому зобов'язаний прогресу у сфері повітряного транспорту. Україна має значні перспективи розвитку туризму, зокрема з використанням авіаційного транспорту. Активізація роботи авіаперевізників в Україні може стати фактором, що забезпечить збільшення потоку туристів, а також дасть поштовх для більш активного розвитку туристичної сфери країни в цілому. Для виїзного туризму розвиток та зростання кількості аперевізників також важливий, оскільки збільшує доступність подорожей для громадян України та сприяє інтеграції нашої держави у світову спільноту.

Теоретичні дослідження сучасного ринку авіаперевезень дають змогу зрозуміти, які саме виклики стоять перед авіаперевізниками, адже проблем, які заважають стрімко розвиватись цій галузі – достатньо.

Якість обслуговування авіаційних перевезень є чи не найважливішою складовою сучасних авіаперевезень, і в цьому питанні вітчизняним авіакомпаніям є чим похизуватись, але більше звичайно, є куди рости. Іноземні авіаперевізники, звичайно, задають тон розвитку та впливають на впровадження інноваційних методів для вітчизняних авіакомпаній, і завдяки цьому галузь авіаперевезень України значно виросла, особливо в останні роки. Авіаперельоти стали доступним способом переміщення, адже майже кожен може дозволити собі чи то подорожувати, чи то просто переміститись з міста до міста у робочих поїздках. Сучасний ринок авіаперевезень пропонує пасажирам не просто переміщення з однієї точки в іншу, а й додатково велику кількість додаткових послуг, що значно спрощують туристам процес самого авіаперельоту та додають комфорту. З кожним роком попит на додаткові послуги зростає, тому зростає і пропозиція, і зараз можна побачити велику кількість різноманітних додаткових послуг у авіакомпаніях, які є особливостями кожної.

Таким чином, вивчення питання ринку аперевізників в Україні, якості їх обслуговування, додаткові послуги та перспективу їх розвитку є важливим та актуальним.  
*Об’єкт дослідження:* ринок туристичних авіаперевезень України.

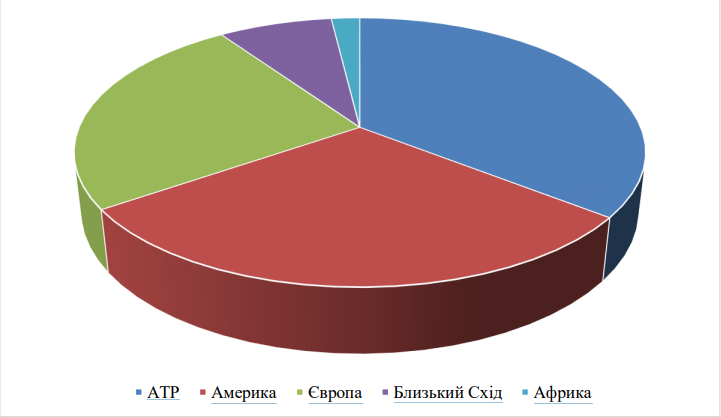
*Предмет дослідження:* авіакомпанії, та якість їх обслуговування пасажирів

**РОЗДІЛ 1**

**НАЗВА РОЗДІЛУ?????**

1.1 Загальна характеристика авіаперевезень на ринку туристичних послуг

Авіаційні перевезення відіграють велике значення в нашому житті. Повітряний транспорт в наш час є основним із засобів переміщення пасажирів. На авіаційні перевезення припадає значний відсоток пасажиропотоку. Повітряний транспорт займає перше місце поміж інших видів транспорту. Надання переваги авіаперельотам з боку пасажирів можна обумовити такими факторами як: швидкість перельоту на великі відстані, зручність, комфортність перельоту (досить високий сервіс на борту), та, звичайно, візуальна складова польоту. Авіаперевезення мають великий попит не тільки на міжнародному рівні, а й на внутрішньому. Останні роки пасажири надають перевагу авіаперельотам а не наземному транспорту, навіть на короткі відстані всередині країни. За статистичними даними лідерство авіаперевезень є беззаперечним. 130 тис. авіарейсів здійснюється кожного дня, щодня перевозиться близько 13 млн. пасажирів. Авіація дуже тісно пов'язана з туризмом, адже це дуже цікавий та багатогранний світ. Авіацію і туризм пов’язують такі фактори: удосконалення та розвиток технічного прогресу, регулювання та динаміка авіаційних перевезень. Завдяки удосконаленню та розвитку технічного прогресу, авіаційні перевезення на сьогоднішній день є зручними, комфортними, доступними. З розвитком технічного прогресу, авіаперельоти можуть дозволити собі не тільки багаті версти населення, як це було раніше. Завдяки розвитку великій кількості авіакомпаній, кожна людина може придбати квиток який буде їй по кишені. Із розвитком авіації кожна людина може вибрати клас комфорту авіа перельоту (бізнес, економ клас).  
 Інший фактор, який ми розглянемо це регулювання авіаперевезень. Регулювання авіаперевезень —іншими словами можна сказати, це ведення статистичних даних авіаперевезень. Ведення статистичних даних дає змогу покращувати авіаперевезення, робити їх зручнішими, доступнішими, покращувати сервіс та ін. Фактор динаміки та лібералізації авіаперевезень—іншими словами можна сказати це фактор розвитку, появи конкурентів авіакомпаній, появи конкуренції сервісу авіакомпаній. Лібералізація - якщо розбирати це поняття в широкому значенні, то це означає пом’якшення державного контролю на різні сфери суспільства у нашому випадку це поняття стосується авіаційної сфери. Завдяки виходу на міжнародний рівень дозволило розширити географію польотів, збільшити обсяг пасажиропотоку. У 2007 році була підписана «Угода про відкрите небо» щодо повітряного сполучення між державами-членами ЄС та США. Важливу дату про яку слід згадати, це 1956 рік, коли було укладання угоди на здійснення нерегулярних авіаперевезень в Європі. Чартерні рейси - це рейси які виконуються поза розкладом. Чартерні авіаперевезення виконуються на умовах договору між замовником і авіаперевізником. Відмінність регулярних авіаперевезень від чартерних є те, що регулярні рейси здійснюються можуть здійснюватися з пересадками, а чартерні рейси – це прямі рейси. Ведення статистики та динаміки авіаперевезень дає змогу покращувати сервіс авіаперевезень, розробляти нові маршрути, утворення нових авіакомпаній. Розклад та графік руху літаків є ключовою особливістю при плануванні роботи авіакомпанії. Для правильного планування графіку, авіакомпанія враховує пропозиції туристичних фірм з перевезення туристів. Як правило, туристична компанія може самостійно розробляти і змінювати свої тарифи, згідно бажань туриста, економічної ситуації на туристичному ринку та інших глобальних питання. Авіаційні перевезення в наш час є дуже важливими у туризмі. Вони мають ряд переваг перед іншими видами транспорту. Це комфортність перевезень, швидкість перевезень, які дозволяють з економити час пасажирам при авіаперевезеннях на великих відстанях, авіаперевезення дозволили розширити географію польотів. В наш час завдяки авіаперевезенням можна потрапити навіть в самий віддалений куточок світу. Туризм та авіаційний транспорт взаємозалежні. Об’єктом спеціальних договорів та міжнародного регулювання є: укладання договорів між авіакомпанією та замовником, взаємозв’язок між тур фірмою та авіакомпанією, забезпечення безпеки пасажирів та їхнього багажу. В разі укладання агентської угоди з авіакомпанією туристична фірма дістає можливість самостійно виступати як агентство авіакомпанії з продажу авіаквитків, що суттєво спрощує процес туроперейтингу. Турфірма, яка отримала доступ до мережі бронювання, яка оснащена всіма технічними засобами, маючи відповідне документальне забезпечення, маючи кваліфікованих спеціалістів можуть самостійно виконувати продаж авіаквитків. Позитивна тенденція, що склалася за останні два роки, в першу чергу, пов’язана з успішним розвитком сектора міжнародного повітряного транспорту. Також присутні додаткові заходи з безпеки польотів, покращення привабливості галузі для інвесторів, придбання нових повітряних суден. Серед основних проблем українського ринку авіаперевезень – монополізація і закритість. Це, разом із несправедливим веденням бізнесу призвело до встановлення високих цін на послуги авіаперевізників. У той час як у Європі цивільна авіація є одним із дешевших видів транспорту: вартість квитка варіюється у межах 1-45 євро. В Україні ж ціни значно вищі. Також дуже важливим питанням є високі тарифи на хендлінгові послуги авіакомпаніям, наприклад, проведення навігаційних систем чи повітряний супровід. Це пов’язано насамперед з монополізацією ринку хендлінгових послуг, тому тарифи практично нічим необґрунтовані. Також проблемою авіаційних перевезень є залежність від стану економічного розвитку, особливо від купівельної спроможності громадян та інфляційних процесів в країні. Ще однією значущою проблемою є парк повітряних суден вітчизняних авіакомпаній: по-перше, це кількість повітряних суден, по-друге, їх вік. Більша частина парку є застарілою та неефективною. Українські авіаперевізники володіють новітніми літаками, але їх кількість недостатня. Варто відмітити, що 98 % загальних пасажиропотоків та поштовантажопотоків сконцентровані в 7 провідних аеропортах, а саме «Бориспіль», «Київ (Жуляни)», «Одеса», «Львів», «Харків», «Дніпро» та «Запоріжжя».[1] Світовий повітряний транспорт – це складна система багатьох підприємств, які складаються з постійно взаємодіючих і взаємопов’язаних елементів, що утворюють єдиний блок. Основними компонентами цієї системи є авіакомпанії, аеропорти світу, підприємства з обслуговування повітряного руху, управління повітряним рухом, міжнародні організації в галузі цивільної авіації. Взаємодія цих компонентів один з одним і з зовнішнім середовищем складне й суперечливе і багато в чому визначає розвиток економічної ситуації у світі повітряного транспорту. Велику роль у світовій авіації грає авіація України. Тому підтримка її в актуальному стані є важливою для України та всього світу. Цивільна авіація (як складник єдиної транспортної системи) вирішує проблеми організації транспортних зв’язків між різними державами, задоволення потреб підприємців та населення в авіаційних перевезеннях та операціях як на території України, так і за її межами. Україна повинна конкурувати з провідними країнами, які мають сильні позиції у світовій авіаційній галузі: США, країнах ЄС (Франції, Великобританії, Німеччині), Бразилії, Канаді, Японії. В Україні сьогодні немає потужних корпорацій, які могли б конкурувати з провідними державами. Більшість компаній авіаційної галузізалишаються стратегічно важливими для держави, знаходяться у власності держави та не підлягають приватизації. Цивільна авіація України є основним монопольним перевізником пасажирів на відстані понад 1000 км, насамперед на міжнародних рейсах. Перевезення вантажів мають місце як додаткове завантаження пасажирських суден або спеціалізованими вантажними літаками, вони незначні і визначаються вимогами вантажів. Авіаційний транспорт перевозить менше 100 тис. тонн на рік. Це пояснюється дорожнечею таких перевезень щодо інших видів транспорту. Застосування авіації у господарській діяльності в Україні теж суттєво дорожче за використання наземних видів техніки, тому має епізодичний характер. Тому авіаційний транспорт можна вважати практично пасажирським, а перевезення пасажирів визначає сутність і основу його розвитку. У сучасному світі, коли подорожі людей по планеті набули масового характеру, роль повітряного транспорту як найшвидшого засобу пересування на великі відстані значно зросла. Авіаперевезення особливо важливі при реалізації масового туризму. Його бурхливий розвиток в середині минулого століття зажадало створення літаків, які відповідають різним туристичним цілям і володіють високим рівнем комфорту. На борту літаків і в аеропортах пасажирам пропонується широкий спектр послуг, які роблять подорож приємним і доступним для населення. Повітряні перевезення мають ряд особливостей в порівнянні з іншими транспортними послугами. Це пов’язано, перш за все, з їх залежністю від метеорологічних умов і місцевості в точках зльоту і посадки. Крім того, умови експлуатації рухомого складу змушують переносити аеропорти за межі населених пунктів і вимагають значного часу для підготовки пасажирів до прямого вильоту. Однак завдяки головній перевазі – високій швидкості доставки – авіаперевезення становлять серйозну конкуренцію наземного і водного транспорту. Повітряні перевезення – це перевезення пасажирів і багажу, що здійснюється авіаційними підприємствами на повітряних судах за встановлену плату, а також наземним транспортом перевізника. Внутрішні авіаперевезення – авіаперевезення, при яких пункт відправлення, пункт призначення і всі пункти посадки знаходяться на території однієї держави. Міжнародне повітряне перевезення – повітряне перевезення, при якому пункт відправлення і пункт призначення знаходяться: відповідно, на території двох держав; на території однієї держави, якщо є пункт висадки на території іншої держави. Регулювання повітряного транспорту здійснюється відповідно до міжнародного права (якщо перевезення є міжнародним) або національного законодавства (якщо перевезення є внутрішнім). Повітряний транспорт регулюється на трьох рівнях: національний – ліцензування авіаперевізників, які працюють як на внутрішніх, так і на міжнародних маршрутах; міжурядові – регулярні повітряні маршрути ґрунтуються на угодах між урядами відповідних країн; міжнародні – тарифи на регулярні рейси встановлюються (для членів авіакомпаній) на підставі взаємних угод між авіакомпаніями через Міжнародну асоціацію повітряного транспорту (IATA) або третю особу. Основні техніко-економічні характеристики пасажирського повітряного транспорту можна охарактеризувати за такими напрямками: висока технічна та експлуатаційна швидкість руху дозволяє в короткі терміни виконувати далекі безпосадочні перельоти; менші в порівнянні з іншими видами транспорту капітальні витрати на наземні конструкції; висока пропускна здатність авіаліній та авіатранспорту; високий рівень комфорту і якості перевезення пасажирів; високий ступінь безпеки при подорожі. В індустрії туризму і світовій економіці повітряному транспорту належить важливе місце і темпи його зростання внаслідок цього досить високі. А так як, переміщення являє собою найбільш характерну рису туризму, і транспорт, що забезпечує це переміщення, є найважливішою галуззю, яка надає послуги туристичного типу. З розвитком туризму транспортні шляху будуть постійно розширюватися, так як збільшення попиту на подорожі робить позитивний вплив на розвиток транспортної інфраструктури. Транспорт же, в свою чергу, дозволяє розширювати географію подорожей. Відбувається корисне і вигідне двом сторонам взаємовплив. Не варто виключати і того, що транспортні послуги – один з основних видів послуг в туризмі. На них припадає і основна частка в структурі ціни туру. Залежно від тривалості, дальності подорожі ця частка (в більшості випадків) коливається від 20 до 60%. Хоча в туристичній діяльності використовуються різні види транспорту для перевезення туристів під час подорожей, все ж основна частка в загальній структурі транспортних послуг належить авіаційному транспорту. Найбільша кількість туристів, особливо подорожуючих на далекі відстані, користуються послугами авіації. За умови відпочинку в іншій країні або віддаленої точки держави, в якому проживає потенційний туризм, авіапереліт є найбільш прийнятним способом досягнення місця відпочинку. Винятком, звичайно ж, є туристи мають на меті вивчити шлях від будинку до місця відпочинку досконально, дані представники подорожують на потягах і автотранспорті. Обсяги туристичних прибуттів у світі за допомогою авіації упродовж поточного 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. Нині лідерство авіаперевезень є беззаперечним. Середня завантаженість літаків (81%) значно вища, ніж у інших видах транспорту. Кожного дня здійснюється 120 тис. авіарейсів, завдяки чому перевозиться 12 млн. пасажирів. Близько 1300 авіакомпаній із загальним парком більш ніж 31тис. літаків обслуговуються майже у 4 тис. аеропортів світу. За даними ІСАО, в 2017 р. за допомогою авіації було перевезено загалом 4,1 млрд. пасажирів. За прогнозами, на кінець 2018 р. ця цифра складатиме 4,4 млрд., а до 2036 р. обсяг річних авіаперевезень зросте майже вдвічі і становитиме 7,8 млрд. Понад половину обсягів пасажирських авіаперевезень (58,5 %) припадає на внутрішніх пасажирів, а 41,5% – на міжнародних[19]. При цьому більша частина загальних перевезень здійснюється у двох регіонах світу – Азійсько-Тихоокеанському регіоні (АТР) і Америці, яким поступається Європа. Аутсайдерами серед регіонів 25 є Близький Схід та Африка (рис.1.1).

 Рис.1.1. Структура загальних пасажирських авіаперевезень за регіонами

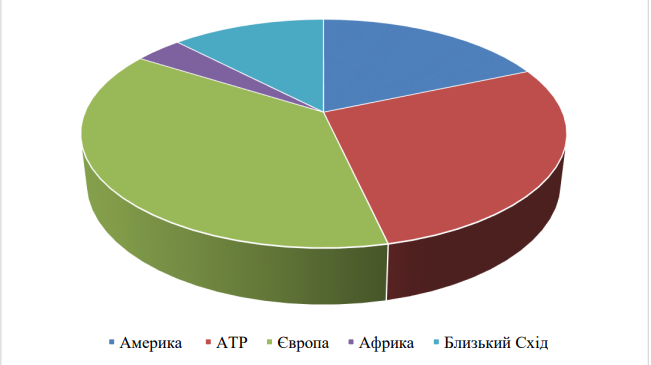
Серед країн лідерами за обсягом загальних пасажирських авіаперевезень є США, Китай і ОАЕ. Натомість за обсягом міжнародних авіаперевезень лідером є Європа, яка помітно випереджає АТР (рис. 1.2.). 

Рис. 1.2. Структура міжнародних пасажирських авіаперевезень за регіонами

Разом із АТР вона забезпечує левову частку пасажиропотоку. Найбільші обсяги міжнародних пасажирських авіаперевезень серед окремих держав у США, ОАЕ та Великобританії. При цьому через особливості географічного положення понад половину усіх туристичних прибуттів до цих країн здійснюється саме повітряним шляхом. Взаємовплив авіації і туризму багатогранний. Серед факторів, які найбільше впливають на хід процесів взаємодії, виділимо наступні. Технічний прогрес, який привів до підвищення комфортності та екологічності авіаперевезень, збільшення дальності польотів і зниження вартості послуг. Останнє зробило авіатранспорт доступним не тільки для організації ділових поїздок і відпочинку для заможних туристів і VIP-персон, а й для масового споживача. Зараз пасажирські авіаперевезення в структурі туристичного продукту так само дешеві, як і послуги наземних видів транспорту, за винятком автомобільного транспорту, якщо він використовується для організації сімейних подорожей. Лібералізація сфери міжнародних відносин. З одного боку, процедура міжнародних поїздок значно спростилася за рахунок усунення багатьох туристичних формальностей, введення безвізових режимів і тому подібного. З іншого боку, відкритий доступ до зарубіжних ринків стимулював розвиток підприємництва, що носить міжнародний характер, зокрема, він дозволив авіаційному бізнесу розширити свою географію, об’єднавши країни і регіони світу в глобальну мережу туристичних напрямків з широким охопленням. Дерегулювання ринку авіаперевезень. Були зняті обмеження на кількість авіакомпаній, які можуть здійснювати перевезення між парами міст, обсяг квитків, доступних для продажу, та їх вартість. На внутрішній ринок перевезень стали виходити компанії з третіх країн, з’явилися приватні авіакомпанії, що дозволило розширити пропозицію послуг за рахунок конкуренції. Жорсткість вимог до надійності і безпеки авіаперевезень в умовах глобальної терористичної загрози і інших дестабілізуючих факторів міжнародного характеру (епідеміологічна ситуація, політична нестабільність і т. д.). Особливим явищем авіаперевезень, виникнення якого безпосередньо пов’язане з характером розвитку туристичної галузі, є чартерні рейси. У 1956 році було укладено угоду про комерційні права на здійснення нерегулярних авіаперевезень в Європі, після чого деякі туристичні компанії почали активно практикувати чартер літаків для виїзду за кордон. Чартерні перевізники залучали партнерів по туристичному бізнесу більш вигідними тарифами – на 30-40% нижче, ніж у авіакомпаній, що виконують регулярні рейси. На відміну від звичайних авіакомпаній, чартерні авіакомпанії повністю орієнтовані на перевезення туристів, тому часто стають власністю туристичної компанії або створюються як дочірні компанії авіакомпаній, що виконують регулярні рейси, і не хочуть втрачати клієнтів-туристів з-за високої вартості своїх послуг. Чартерні авіаперевезення є безпосередньою частиною туристичного пакету і здійснюються відповідно до географії і термінами туристичної поїздки. Роль авіаперельотів в туризмі не обмежується переміщенням туристів між пунктами призначення. В даний час все більшу роль в організації відпочинку грає так звана мала авіація. Напрямки використання малої авіації визначаються тенденціями розвитку туристичного попиту і передбачають розширення спектра рекреаційних заходів. Наприклад, здійснення польотів на спортивних літаках, вертольотах, планерах, моторних дельтапланах та інших видах авіаційної техніки в рамках екстремального і спортивного туризму, організація авіаційних екскурсій, доставка туристів по маршруту в регіонах з нерозвинена інфраструктура наземного транспорту (гірські райони, національні парки і заповідники) і т. д.

**1.2. Сучасний стан авіатранспортних сполучень**

Охарактеризуючи сучасний стан авіатранспортних сполучень, можна сказати, що вони перебувають у стані постійного розвитку та змін. Нижче наведено кілька основних характеристик, які описують сучасні авіаперевезення:

1. Зростання пасажиропотоку: Авіаперевезення стали все більш популярним видом транспорту для подорожей як в межах країни, так і міжнародно. Пасажиропоток постійно зростає, що зумовлено зростанням економіки, доступністю більшого числа авіарейсів та зручністю подорожування.

2. Технологічний прогрес: Авіаційна промисловість постійно вдосконалює технології та літаки, що призводить до покращення безпеки, підвищення ефективності паливного споживання і зниження викидів шкідливих речовин в атмосферу.

3. Зміни в пасажирському досвіді: Авіакомпанії вкладають зусилля у поліпшення пасажирського досвіду. Це охоплює розвиток нових розважальних систем на борту, покращення комфорту сидінь, розширення доступу до Wi-Fi на польотах, впровадження послуги передачі багажу між пересадочними пунктами та багато іншого.

4. Впровадження екологічних рішень: Зважаючи на зростаючу увагу до зміни клімату та збереження навколишнього середовища, авіаперевізники стають все більш свідомими щодо впровадження екологічних рішень. Це включає використання палива з низьким вмістом сірки, розробку більш паливоефективних літаків, застосування альтернативних джерел енергії та впровадження програм компенсації викидів вуглекислого газу.

5. Впровадження безпілотних літальних апаратів: За останні роки розробка та впровадження безпілотних літальних апаратів (дронів) стає все більш активним. Вони використовуються для різних цілей, включаючи доставку товарів, зйомку аерофотознімків та пошуково-рятувальні операції.

Важливо відзначити, що стан авіатранспортних сполучень може варіюватися в різних країнах та регіонах. Однак загалом можна сказати, що авіаперевезення продовжують розвиватися, намагаючись задовольнити зростаючі потреби пасажирів і вдосконалюючи технології для забезпечення безпеки, комфорту та сталості авіаційної промисловості.  
Охарактеризовуючи стан туристичної авіаційної галузі в Україні, можна сказати, що вона перебуває у процесі розвитку та змін. Ось деякі основні риси стану туристичної авіаційної галузі в Україні:

Зростання популярності: Туристичні авіаперевезення в Україні стають все більш популярними серед місцевих жителів і іноземних туристів. Зростання попиту на туристичні послуги, покращення економічної ситуації та збільшення доступності авіарейсів призводять до збільшення обсягів туристичних авіаперевезень.

Розширення маршрутної мережі: Українські авіакомпанії постійно розширюють свою маршрутну мережу, надаючи більше можливостей для подорожей до різних країн. З'являються нові напрямки та збільшується кількість прямих авіарейсів, що сприяє зручності туристичних поїздок.

Зростання конкуренції: В туристичній авіаційній галузі в Україні спостерігається зростання конкуренції між авіакомпаніями. Це призводить до зниження цін на авіаквитки та покращення якості обслуговування, що стимулює попит на туристичні авіаперевезення.

Поліпшення пасажирського досвіду: Авіакомпанії вдосконалюють свої послуги та інфраструктуру для покращення пасажирського досвіду. Це включає впровадження нових технологій, розширення вибору послуг на борту, поліпшення комфорту та зручності для пасажирів.

Співпраця з туристичними агентствами та туроператорами: Багато авіакомпаній в Україні встановлюють партнерські відносини з туристичними агентствами та туроператорами. Це дозволяє пропонувати спеціальні туристичні пакети, знижки на авіаквитки та інші привілеї для клієнтів.

Важливо відзначити, що стан туристичної авіаційної галузі може підлягати впливу різних факторів, таких як економічна ситуація, політична стабільність, епідеміологічна ситуація тощо. Проте загалом можна сказати, що туристична авіаційна галузь в Україні розвивається, намагаючись задовольнити зростаючий попит та вдосконалюючи свої послуги.  
При оцінці стану українських авіакомпаній в цілому, багато факторів потрібно врахувати. Ось кілька ключових аспектів, які можна врахувати при оцінці:

1. Фінансова стійкість: Оцінка фінансової стійкості авіакомпаній є важливим аспектом. Важливо аналізувати їх фінансові показники, такі як дохід, прибуток, заборгованість, витрати на паливо та інші фактори, що впливають на їх фінансову стійкість.

2. Оперативна ефективність: Ефективність діяльності авіакомпаній включає в себе такі аспекти, як заповненість рейсів, пунктуальність, використання ресурсів (літаків, екіпажу) та оптимізація мережі маршрутів. Висока оперативна ефективність свідчить про добре управління компанією.

3. Безпека: Безпека є одним з найважливіших аспектів авіаційної галузі. Оцінка безпеки авіакомпаній передбачає аналіз їх дотримання міжнародних стандартів безпеки, підтримку технічної справності літаків, кваліфікацію та навички екіпажу, а також інші заходи, спрямовані на забезпечення безпечних польотів.

4. Репутація та якість обслуговування: Оцінка репутації авіакомпаній базується на задоволеності клієнтів, якістьі обслуговування, комфорті на борту, пасажирському досвіді та взаємодії з пасажирами. Позитивна репутація та висока якість обслуговування сприяють привабливості авіакомпанії.

Враховуючи ці аспекти та інші деталі, оцінка стану українських авіакомпаній може варіюватися. Загалом, деякі авіакомпанії можуть мати більш стійку фінансову позицію, високу оперативну ефективність та відмінну безпеку, тоді як інші можуть потребувати покращень у деяких аспектах. Проте остаточна оцінка залежатиме від конкретного аналізу кожної авіакомпанії окремо.

Стосовно статистичної інформації за 2020 рік, то спостерігається, на жаль, істотне зменшення авіаперевезень (як внутрішніх, так ізовнішніх), що зумовлено пандемією COVID-19 та її стрімким поширенням по всьому світу. [6] Так, лише за січень–березень 2020 року обсяги пасажирських перевезень українськими 15 авіакомпаніями зменшились порівняно з відповідним періодом минулого року на 17,3 % та склали 1953,8 тис. чол., у т. ч. міжнародних – на 17,1 % та склали 1757 тис. чол.. Відповідно спостерігається і скорочення пасажиропотоків через аеропорти України на 8,9 %, скорочення кількості комерційних рейсів на 16,3 %, в т. ч. у міжнародному сполученні – на 7,4 % і 14,5 % відповідно. Варто зазначити, що пандеміологічна ситуація у світі з початку 2020 року негативно вплинула не лише на авіаційну галузь України, що зумовлено різким спадом попиту на авіаційні перевезення, закриттям пунктів пропуску через державний кордон (у тому числі повітряного простору) переважної більшості країн. У результаті це призвело до того, що авіакомпанії були вимушені спочатку скоротити кількість авіаперевезень, а потім і взагалі відмінити виконання практично всіх рейсів, залишивши лише евакуаційні рейси, рейси для здійснення перевезень осіб з метою забезпечення захисту національних інтересів, у рамках виконання міжнародних зобов’язань, а також з метою перевезення представників дипломатичних установ та гуманітарних місій. Така ситуація, звісно, вимагала належного реагування з боку держави, тобто здійснення відповідного державного регулювання функціонування авіаційної галузі у період пандемії, зокрема в частині здійснення авіаперевезень у виняткових випадках, функціонування аеродромів та аеропортів в умовах продовження карантину, паркування літаків у спеціально відведених зонах, унормування питань, пов’язаних з поверненням пасажирам коштів за скасовані рейси або їх перебронювання, забезпечення державної підтримки авіаційної галузі у зв’язку з припиненням фінансових надходжень від усіх учасників ринку (зокрема шляхом виділення із державного бюджету дотацій, надання державної допомоги для забезпечення мінімального функціонування аеропортів та аеродромів, звільнення авіапідприємств від сплати окремих видів податків на певний проміжок часу) тощо. Забезпечення роботи повітряного транспорту здійснюється на аеропортах та інших спеціально облаштованих для цього інженерних спорудах, і території яких безпосередньо відбувається приймання, відправлення та технічне забезпечення повітряного транспорту, обслуговування 16 пасажирів та перевезення вантажів. На цей момент на території України функціонує 20 аеропортів, 9 аеродромів цивільної авіації, 2 вертодроми та 42 злітно-посадкові майданчики. [2] Важливою складовою забезпечення належного функціонування авіаційної галузі є авіабудування, тобто робота підприємств авіаційної галузі, орієнтована на розробку та побудову з використанням інноваційного потенціалу конкурентоспроможної на світовому ринку сучасної високотехнологічної авіаційної техніки. Так, в Україні сьогодні функціонує ряд компаній авіабудівної галузі, які виробляють надлегкі літаки, авіаційні двигуни, комплектуючі, надають сервісні, ремонтні послуги техніки, які здійснюють такі види діяльності: розробка та виробництво сучасних тренажерних систем для вертолітної авіації; розробка та виготовлення елементів меблевого обладнання для будь-яких типів повітряних суден; розробка вертольотів; ремонт авіаційних турбореактивних двигунів для сучасних бойових літаків; виробництво надлегких літаків, супутньої продукції; розробка та виробництво багатоцільових типів безпілотних літаючих апаратів; виробництво повітряних гвинтів; виробництво легких композитних високопланів; ремонт авіаційної техніки, ремонт авіаційних двигунів; проєктування та складання вертольотів; виробництво дельтапланів, планерів; виробництво спортивних пілотажних літаків тощо.

РОЗДІЛ 2

**2.1. Мета та завдання дослідження**  
Загальна мета полягає у зборі, аналізі та інтерпретації інформації про ринок туристичних авіаперевезень з метою зрозуміти його стан, особливості та перспективи. Дослідження проведено з такими завданнями:

1. Аналіз ринкових тенденцій: Дослідження спрямоване на вивчення поточних тенденцій на ринку туристичних авіаперевезень, включаючи зростання чи зниження попиту, зміни в маршрутних мережах, зміни відношень між авіакомпаніями тощо.

2. Аналіз конкуренції: Дослідження спрямоване на вивчення конкурентного середовища на ринку туристичних авіаперевезень, включаючи ідентифікацію та аналіз конкурентів, їхні стратегії та пропозиції, а також оцінку власної позиції авіакомпаній.

3. Аналіз попиту та поведінки споживачів: Дослідження включає аналіз попиту на туристичні авіаперевезення, визначення цільової аудиторії, їхніх потреб та уподобань, а також факторів, які впливають на їхні рішення щодо вибору авіакомпанії та маршруту.

4. Оцінка ринкових можливостей та ризиків: Дослідження спрямоване на визначення перспективного розвитку ринку туристичних авіаперевезень, виявлення можливостей для росту та ризиків, що можуть впливати на ринок, такі як економічні, політичні, соціальні чи технологічні чинники.

5. Розробка стратегій та рекомендацій: Дослідження служить основою для розробки стратегій та рекомендацій для авіакомпаній, туроператорів та інших учасників ринку з метою поліпшення їхньої конкурентоспроможності та вирішення проблем, які виявлені під час аналізу.

Мета та завдання дослідження спрямовані на отримання цінної інформації для прийняття раціональних рішень у галузі туристичних авіаперевезень.

**2.2. Методи дослідження**При написанні дипломної роботи були використані методи дослідження, щоб зібрати необхідну інформацію та провести аналіз ринку. Нижче наведені основні з них:

1. Документальний аналіз: Вивчення науково-дослідних робіт, статей, звітів, законодавства, статистичних даних та інших документів, що стосуються туристичних авіаперевезень в Україні. Цей метод дозволяє отримати теоретичну базу та огляд стану ринку.

2. Спостереження: Систематичне спостереження за діяльністю авіакомпаній, рекламними кампаніями, змінами у маршрутах та цінах, поведінкою споживачів тощо. Це дозволяє отримати практичну інформацію про ринкові тенденції та стратегії.

3. Статистичний аналіз: Обробка статистичних даних, включаючи обсяги пасажиропотоків, доходи авіакомпаній, ринкові частки, показники пунктуальності та інші відповідні дані. Це допомагає виявити тенденції та зробити кількісну оцінку стану ринку.

**2.3 Організація дослідження**

**2.3.1 Основні та додаткові послуги авіаперевізників**

Додаткові доходи з кожним роком відіграють дедалі більше значення у загальному прибутку авіакомпаній. Конкуренція на ринку пасажирських авіаперевезень зростає щороку в усіх регіонах. Активний розвиток та експансія лоу-кост перевізників, основою бізнес моделі яких і є отримання прибутку за рахунок низьких експлуатаційних витрат та широкого спектру додаткових послуг. Високий рівень конкуренції відображається, в першу чергу, на вартості послуг. В умовах постійного зниження і так низької вартості перевезення та рентабельності діяльності авіакомпанії, особливо класичні, змушені вступати в цінову боротьбу з так званими «лоу-кост» (бюджетними) перевізниками та знижувати вартість квитка ще нижче. Відповідно, компенсатором має стати саме генерування додаткових надходжень. Саме ця тенденція превалює останнім часом на ринку регулярних пасажирських перевезень. Звичайно, цьому багато в чому сприяла пандемія, викликана вірусом COVID-19, що викликала глобальну хвилю локдаунів та безпрецедентне за своїми масштабами приземлення літаків по всьому світу. Авіакомпанії змушені шукати всі можливі шляхи підтримання ліквідності та виживання протягом періоду стабілізації та відновлення.[16] Частина авіакомпаній перепрофілювала свої літаки під перевезення вантажів чи адаптували до перевезення вантажів у салоні, що стало чи не єдиним можливим напрямком генерування грошового потоку. В результаті, навіть такі «гранди класичної авіації» як Турецькі авіалінії, Люфтганза та Авіалінії Катару почали вводити безбагажні тарифи та вводити додатковий збір за вибір місця в салоні. Їх перехід до розширення переліку додаткових послуг свідчить про невідворотність процесів зниження вартості основного перевезення та виокремлення низки додаткових послуг з відповідною оплатою. Додатковий дохід (Ancillary Revenue) – це дохід поза продажем квитків, що генеруються шляхом прямих продажів пасажирам, або побічно, як частина досвіду подорожі. 8 Існує широкий спектр додаткових послуг, що імплементуються різними компаніями. Уява людини, в тому числі і в бізнесі, нескінченна. Перелік додаткових послуг щороку розширюється. Однак з обережністю слід розглядати джерела доходу, не пов’язані з досвідом подорожі пасажирів, тобто безпосередньо перельотом. Сюди входять авіаперевезення вантажів, прибуток від перевезення пошти, наземне обслуговування та деякі інші види діяльності. Деякі перевізники вважають це додатковим доходом, але доцільніше їх відносити до категорії інших доходів. Головним акцентом залишається все ж невідворотність процесів зміни економічних моделей в авіації та необхідність забезпечення прибутковості перевезень авіакомпаній, в першу чергу, за рахунок додаткових послуг  
Визнаним лідером у сфері дослідження додаткових послуг авіакомпаній є компанія IdeaWorksCompany. Тому за основу дослідження будемо брати саме підходи до визначення та аналізу, запропоновані зазначеною компанією. Визначення додаткового доходу, запропоноване IdeaWorksCompany у 2008 році, було прийняте у всьому світі і прийняте як галузевий стандарт. У 2015 році визначення було розширено, з метою визнання зростаючої важливості пакетних тарифів (Branded fares), додавши п’яту категорію, включивши 46 додатковий дохід, що генерується «компонентами a la carte, пов’язаними з тарифом або пакетом товарів». Додатковий дохід (Ancillary Revenue) – це дохід поза продажем квитків, що генеруються шляхом прямих продажів пасажирам, або побічно, як частина досвіду подорожі. IdeaWorksCompany додатково визначає додатковий дохід, використовуючи такі категорії:   
1) активності, пов’язані з залученням програм часто літаючих пасажирів (frequent flyer activities);   
2) можливості по вибору з меню (a la carte features);   
3) продаж послуг/товарів на основі комісійної винагороди (commissionbased products);   
4) реклама, що продається авіакомпанією (advertising sold by the airline);  
 5) компоненти вибору, пов’язані з тарифом або набором послуг (the a la carte components associated with a fare or product bundle).  
Розглянемо кожну з можливих статей доходів більш детально. Програми для постійних (часто літаючих) пасажирів: категорія доходу від цього виду діяльності складається в основному з продажу миль або балів партнерам програми, таким як мережі готелів та компаніям, що займаються прокатом автомобілів, чи випуском ко-брендових кредитних карток з банками, Інтернет-майданчикам чи ритейлерам (роздрібним торговцям) та провайдерам послуг зв'язку та всі іншим можливим учасникам. До цієї категорії також відносять милі або бали, що продаються безпосередньо учасникам програми. Набір (меню) вибору (a la carte features): вони представляють пункти в додатковому меню доходів і складаються із зручностей, які споживачі можуть додати до свого досвіду авіаперевезення. Список продовжує поповнюватися, але типовими видами діяльності є:   
1) продаж їжі та напоїв на борту;  
2) додатковий зареєстрований багаж та надлишковий багаж, спеціальні категорії багажу;  
3) можливість вибору місця (біля вікна, біля проходу) або кращі місця (місця з додатковим комфортом, збільшеним простором для ніг, такі як аварійні ряди);  
4) підтримка телефонного центру для бронювання;  
5) збори, що стягуються за покупки, здійснені за допомогою кредитних або дебетових карток;  
6) пріоритетна реєстрація та перевірка;  
7) пільги щодо пріоритетної (ранньої) посадки;  
8) системи розваг на борту;  
9) бездротовий доступ до Інтернету.  
Додаткові доходи від комісійної винагороди за реалізацію товарів та послуг: комісійні, зароблені авіакомпаніями за продаж готелів, прокат автомобілів, паркомісць в аеропортах та страхування подорожей. Категорія, що базується на комісіях, в основному передбачає продаж через веб-сайт авіакомпанії, але вона може включати продаж безмитних (duty-free) та споживчих товарів на борту літаків. Реклама, що продається авіакомпанією. Ця категорія включає будь-яку рекламні ініціативи, пов’язані з подорожами пасажирів. Нижче наведено типові види діяльності:   
1) дохід від реклами в бортовому журналі;  
2) рекламні оголошення в літаках;  
3) реклама у посадкових трапах, на гейтах та, частково, в залах аеропортів;  
4) розміщення споживчих товарів та зразків на платній основі (семплінг);  
5) розміщення рекламних площ безпосередньо в літаку або на його зовнішній поверхні.   
Тарифи або набори послуг.  
 Авіакомпанії можуть виділити частину ціни, пов’язану з тарифом або пакетом продуктів, як додатковий дохід. Це визначається шляхом присвоєння величини доходу послугам, що входять до набору, таких як зареєстрований багаж, пріоритетна посадка та місця з додатковим простором для ніг. Цей перелік не є вичерпним або повним; уява людини, в тому числі і в бізнесі, нескінченна. Перелік додаткових послуг щороку розширюється. Однак з обережністю слід розглядати джерела доходу, не пов’язані з досвідом подорожі пасажирів, тобто безпосередньо перельотом. Сюди входять авіаперевезення вантажів, прибуток від перевезення пошти, наземне 48 обслуговування та деякі інші види діяльності. Деякі перевізники вважають це додатковим доходом, але доцільніше їх відносити до категорії інших доходів. Рівень сервісу і комфорту залежить від класу обслуговування, авіакомпанії, тривалості польоту та напрямку.  
Нижче, в таблиці 1.1 розглянемо перелік авіакомпаній світу, що мають найвищі показники за додатковими доходами. Загалом додатковий дохід у відсотках до загального доходу авіакомпанії склав 12,1 відсотка за 2019 рік, що є значним зростанням порівняно з 10,7 відсотка за 2018 рік.

Таблиця 1.1. Рейтинг авіакомпаній світу з найбільшими додатковими доходами

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Ранг | Назва авіакомпанії | 2018 | 2019 | Зміна % |
| 1 | American | $7,245,000,000 | $7,413,000,000 | +2% |
| 2 | United | $5,802,000,000 | $6,580,000,000 | +13% |
| 3 | Delta | $5,570,000,000 | $6,198,000,000 | +11% |
| 4 | Southwest(FF) | $4,049,000,000 | $4,498,000,000 | +11% |
| 5 | Ryanair Group | $2,801,000,000 | $3,311,255,802 | +18% |
| 6 | Air Canada | $1,452,000,000 | $2,549,719,104 | +76% |
| 7 | Alaska Air Group | $1,388,000,000 | $2,033,560,500 | +47% |
| 8 | LufthansaNetworkAirlanes | $1,952,518,333 | $1,933,431,476 | -1% |
| 9 | International Airlanes group | $1,701,544,393 | $1,932,190,010 | +14% |
| 10 | Emirates | $120,898,570 | $1,927,297,481 | +1494% |
|  | Всього | $32,083,231,722 | $38,376,454,374 |  |

У таблиці представлено 10 найкращих авіакомпаній за сукупними додатковими доходами за 2019 рік. Як узагальнена група, потужність додаткових доходів стає відразу очевидною завдяки мільярдам готівкових грошей, зароблених за рахунок регулярних рейсів, комісійних та додаткових послуг за вибором. 20-відсотковий стрибок у річному обчисленні показує, як найбільші виробники можуть отримати значно більші результати я доповнення до і без того значної бази доходу. Американські авіалінії домінують у верхній частині списку через прибуток, який забезпечують їх програми лояльності (програми часто літаючих пасажирів). Ко-брендингові картки, пов’язані з кожною програмою, дозволяють споживачам нараховувати бали або милі за кожну покупку. Банки- емітенти платять авіакомпаніям за надання миль та балів власникам карток. Цей бізнес процвітав протягом 2019 року, і хоча результати були заплямовані пандемією, портфелі карток можуть знову принести мільярди до 2022 року. Частина доходу пов'язана з маркетинговими угодами та визначається витратами власника картки. Інший дохід реалізується лише після того, як милі або бали викуповуються за винагороду, здійснену власниками карток. Варто відзначити, що для авіакомпаній України застосування зазначеного джерела додатково доходу на даний час є сумнівним. Специфіка ринку програм лояльності США полягає у високому рівні розвитку як ринку авіаперевезень, зокрема високої культури використання повітряного транспорту, зокрема на внутрішньому ринку, так і високорозвиненому ринку фінансових послуг та кредитування населення. Тому ко-брендингові програми банків та авіакомпаній в умовах частого використання кредитних карт населенням та високої внутрішньої мобільності створюють додаткову цінність для всіх залучених сторін. В той же час, в Україні лише незначна частина населення користується повітряним транспортом та використовує кредитні картки в щоденній діяльності. Тому використання досвіду американських компаній щодо генерування додаткових доходів з використанням програми лояльності в найближчій перспективі не матиме особливого успіху. Величезне збільшення відсотків припускає, що для Air Canada, Alaska Air та Emirates потрібні додаткові пояснення. Air Canada здійснила одноразове вилучення грошових коштів завдяки викупу програми лояльності Aeroplan від AIMIA. Авіакомпанія отримала виплати від TD Bank, CIBC, Visa та Amex на загальну суму 923 млн. доларів США в процесі переговорів про нові угоди безпосередньо з банками. Зростання Аляски було результатом того, що авіакомпанія розкрила конкретний показник величини додаткових доходів на одного пасажира, чого вона не зробила за попередній рік. Emirates вперше розкрив інформацію про додаткові доходи на суму понад 844 мільйони доларів, але не вказав конкретні статті додаткових доходів. Крім того, були виявлені інші статті, такі як плата за понаднормовий багаж та дохід 50 від їх компанії, що здійснює продаж пакетних туристичних послуг (готель + переліт). За попередні роки було зазначено лише понаднормовий багаж. Очевидно, що Емірейтс змінили філософію і почали сприймати додатковий дохід як важливу складову діяльності компанії. Оцінка авіакомпаній за “додатковим доходом у відсотках до загального доходу” демонструє зовсім інший перелік перевізників, як ми можемо побачити з таблиці 1.2, що наведена нижче.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Ранг | Авіаперевізник | 2018 | 2019 | Зміна % |
| 1 | Spirit | 44.9% | 47.0% | + 2.1 |
| 2 | Allegiant | 41.2% | 46.5% | + 5.2 |
| 3 | Wizz Air | 41.1% | 45.4% | + 4.3 |
| 4 | Viva Aerobus | 47.6% | 45.0% | - 2.6 |
| 5 | Frontier | 42.8% | 43.6% | + 0.8 |
| 6 | Volaris | 31.5% | 38.5% | + 7.0 |
| 7 | Ryanair Group | 31.7% | 34.5% | + 2.8 |
| 8 | Pegasus | 24.3% | 26.4% | + 2.1 |
| 9 | Vietjet | 23.5% | 25.2% | + 1.8 |
| 10 | Jetstar Group | 23.0% | 23.9% | + 0.9 |
| 11 | Jet2.com | 31.1% | 23.2% | - 7.9 |
| 12 | Alaska AirGroup | 16.8% | 23.2% | + 6.4 |
| 13 | Azul | 20.8% | 22.4% | + 1.6 |
| 14 | HK Express | Дані відсутні | 21.7% | - |
| 15 | easyJet | 20.5% | 21.6% | + 1.0 |

Глобальні гіганти з табл. 1.1 були змінені іншими чемпіонами з генерування додаткових доходів. Найефективніші з них продовжують наближатися до рівня 50 відсотків, коли половина доходу перевізника складатиметься від допоміжної діяльності. Навіть при такому високому рівні ефективності майже всі авіакомпанії отримали кращі результати за рік. Jet2.com традиційно знаходиться у верхній частині цього списку, але нещодавно авіакомпанія змінила спосіб звітування про додаткові доходи. Незважаючи на це, перевізник, швидше за все, залишається одним із найкращих у світі допоміжних доходів.

Як бачимо, традиційно перші місця займають авіакомпанії з бізнесмоделлю класу ультра лоу-кост та класичний лоу-кост. Результат є очікуваним, оскільки саме бюджетні перевізники є з самого початку орієнтованими на отримання додаткових доходів і привнесли ці елементи в моделі поведінки класичних компаній та створили нову культуру перевезень на ринку.

Головна різниця класів полягає у ступені комфорту, що надається пасажиру, починаючи від спеціальних залів в аеропорту, комфортабельності крісел, додаткових послуг під час перельоту.

Виділяють декілька класів обслуговування: перший, бізнес, економічний.

Найбільш комфортним вважається перший клас. Пасажирам першого або бізнес-класу надаються окремі зали чи стійки для реєстрації на виліт. Деякі авіакомпанії в аеропортах для пасажирів таких категорій надають додаткові послуги. На борту літака вони мають особистий простір на 50% більший, ніж в економ-класі. Тут розташовані зручніші крісла, що легко трансформуються у зручне ліжко. До речі, першими подібні крісла були встановлені на літаках компанії "Бритиш Аеруейз" на дальніх маршрутах. У крісла вмонтовані індивідуальні телевізори або системи радіотрансляції з індивідуальними навушниками. Усім пасажирам надається вибір друкованих видань. На літаках деяких компаній у першому або бізнес-класі встановлено індивідуальні телефони супутникового зв'язку, якими можна користуватися за допомогою кредитної картки. Такими телефонами обладнано 70% американських авіаліній. Лідером практично повної телефонізації своїх міжнародних рейсів є авіакомпанія SAS. Телефонізація літаків є надзвичайно актуальною, тому що практично усі авіакомпанії забороняють користуватися пасажирам на борту мобільними телефонами, бо це загрожує безпеці польотів. Відбувається модернізація салонів і збільшення кількості та підвищення якості послуг, що надаються пасажирам під час польоту.

Авіакомпанія "Америкен Аерлайнз" представила клас "преміум" на нових Боїнгах-777, що здійснюють рейси між США, Європою та Південною Америкою. Уперше пасажирам надаються крісла, що обертаються, і тому четверо компаньйонів мають можливість проводити переговори або обідати, як у кабінці затишного ресторану. У салоні І класу встановили лише 16 крісел, кожне має додаткову підставку для ніг та легко трансформується у зручне ліжко. До послуг пасажирів першого класу також персональний супутниковий телефон, крісло, що має вхід персонального комп'ютера, лампу, відеоплейєр.

Компанія "Фінейр" на усіх далекомагістральних маршрутах планує переобладнати бізнес-клас та представити новий економ-клас. У бізнес-класі кількість крісел скоротиться з 35 до 28. Буде змінено їх дизайн. В економ-класі замість звичайного розміщення крісел 2-5-2, пропонується нове 3-4-2.

Бельгійська компанія "Сабена" переобладнала на трансконтинентальних рейсах салон бізнес-класу новими кріслами з кутом нахилу спинки 155 градусів. Для кожного пасажира - персональний відеомонітор з 16 музичними і 9 відеоканалами, супутниковий телефон та блок живлення для комп'ютера.

Авіакомпанія "Еміратс", що належить шейху, навіть в економ-класі встановила крісла з умонтованими виходами для персональних комп'ютерів.

Практично всі компанії видають подушки та ковдри для відпочинку.

Компанія "Бритиш Аеруейз" є одним з лідерів у підвищенні рівня комфортності польотів. Вона першою запропонувала пасажирам першого класу окремі кабінки, місця в яких перетворюються на ліжка. Ще у 1986 р. на 80 літаках кількість місць першого класу на Боїнгу-747 було скорочено з 18 до 14, і вони могли перетворюватися на ліжка.

На лініях авіакомпанії "Бритиш Аеруейз" для перевезення маленьких дітей почали використовувати спеціально сконструйовані сидіння, що відповідають усім вимогам безпеки. Прикріплюється крісло до переборки у салоні, воно може перетворюватися на ліжечко.

У світі існує тенденція до скорочення кількості місць першого класу, або взагалі зникнення цього класу на літаках, що експлуатуються на невеликих відстанях. Уже відмовились від першого класу "КЛМ", "Континентал Аерлайнз", "Аер Канада". Але значним чином підвищилась якість обслуговування в економічному класі цих компаній.

В авіакомпанії "Аер Франс", наприклад, кабіни бізнес-класу та економічного класу на середньомагістральних літаках переобладнані на кабіни класів "Еспейс" та "Темпо".

У кабіні Еспейс установлено не три, а два крісла, що робить переліт більш комфортабельним. На далекомагістральних лініях кабіна Еспейс поділена на два відсіки: Еспейс 180 - перший клас та Еспейс 127 - бізнес-клас. В Еспейс 180 крісла розкладаються на 180 градусів і перетворюються на ліжка. Крісло класу Еспейс 127 відкидається на 127 градусів, що відповідає положенню тіла людини в умовах невагомості, найбільш сприятливому для відпочинку. Кожне крісло обладнано відеосистемою, навушниками для прослуховування музичних програм, супутниковим телефоном, є спеціальні бари, де безкоштовно пропонуються напої.

Кабіна Темпо призначена для сімейних пасажирів. Обладнані ігрові зали для дітей, є спеціальні місця для дітей, що подорожують без супроводу дорослих, для немовлят пропонуються колиски.

З метою комплексного обслуговування пасажирів бізнес-туризму авіакомпанії почали вводити особливий вид обслуговування за принципом елітного класу: Конкорд клас, Клаб Уолд, Клаб Юроп клас. Тут передбачено харчування за замовленням, надання різних видів зв'язку, оргтехніки, комп'ютерів, спеціальних залів очікування, прискорення митних формальностей, транспорту з аеропорту та ін.

Багато компаній роблять подарунки клієнтам, які користувалися послугами авіакомпанії на звичайному регулярному рейсі. Це можуть бути парфуми, сувеніри, комп'ютерні ігри. Наприклад, від компанії "Делта" пасажири першого та бізнес-класів отримують у подарунок набори для подорожуючих. Компанія є офіційним перевізником Діснейленду у м. Орландо, тому дітям дарують сувеніри із зображенням діснеївських героїв, альбоми для малювання, фломастери.

На лініях "Аліталії" (зимовий сезон 2000 - 2001 pp.) усі пасажири, які придбали квитки у бізнес-клас, отримали у подарунок "скі-пасс" на 7 днів (можливість безкоштовно користуватися підйомниками на гірськолижних курортах протягом 7 днів).

Пропонують авіакомпанії і спеціальні туристичні пакети: крім перельоту включають проживання та харчування та різноманітну дозвіллєву та екскурсійну програму. Наприклад, взимку 2000 р. "Міжнародні Авіалінії України" разом із чотиризірковим готелем "Кроудон парк" пропонували новорічний туристичний пакет "У вихідні у Лондоні". А "Австрійські авіалінії" надавали можливість своїм пасажирам відвідати Віденський сезон балів.

Важливою проблемою є організація харчування туристів під час польоту. Бортове харчування готується на землі, як правило, за 24 год. до рейсу, а пакується у контейнери за 6 год. перед польотом.

На трансконтинентальних рейсах гаряче харчування надається кожні 4 год. Якщо тривалість польоту понад 3 годин, то надається гаряче харчування, що складається не менше як з 3-4 страв, чаю (кави), соків. Для подачі страв використовується термостійкий уніфікований пластиковий посуд, що дозволяє здійснити швидкий мікрохвильовий підігрів.

На борту повітряного судна існує чотири види харчування: сніданок, де пропонують омлет, сандвічі, холодні закуски та ін; обід (він же вечеря), що складається із закуски, гарячої страви, десерту, чаю або кави; чай - коли подають напій та тістечка або бутерброди. Лише у першому класі подають супи, пропонуються страви на вибір: два види закусок (із м'яса або риби), гаряча страва, на десерт торт або шербет. У першому та бізнес-класі алкогольні та безалкогольні напої подаються безкоштовно та без обмежень, в економ - класі, як правило, безкоштовно один раз.

При придбанні квитка, в т.ч. і на рейси Міжнародних Авіаліній України, пасажир може замовити харчування: традиційне, діабетичне, вегетаріанське, для немовлят, дитяче, кошерне, дари моря. У традиційне меню включаються страви української кухні та інших європейських країн.

Деякі компанії при організації харчування пасажирів першого класу надають особливі послуги: харчування з використанням особливих (неодноразових) столових приборів, необмежений вибір алкогольних напоїв, постійно відкритий бар, кухня для гурманів, бари з безкоштовними напоями та закусками у залах очікування аеропортів.

Наприклад, авіакомпанія "Аер Франс" для пасажирів кабіни Еспейс, що очікують свій рейс у Парижі, Лондоні, Нью-Йорку, обладнала спеціальні салони з барами, де надає безкоштовно напої та закуски. До речі, у цих салонах відбувається і реєстрація на рейс. Одразу після посадки у літаках "Аер Франс" пасажирам пропонують шампанське та соки, а під час польоту можна замовляти безкоштовно алкогольні та безалкогольні напої. У салоні подають різноманітні закуски, чотири види гарячих страв на вибір, десерти, а також французькі вина. Меню сніданків також різноманітне, існують: "експрес", європейське, американське. У кабіні Темпо пропонують два варіанти меню обіду, алкогольні та безалкогольні напої пропонуються безкоштовно.

"Делта" запропонувала для клієнтів першого та бізнес-класу унікальну програму вин. Ця програма була визнана найкращою серед усіх компаній світу. Вина у меню "Делта" перевищують загальноприйняті стандарти. Серед критеріїв, за якими відбирають вина, є "стійкість до перепаду температур та тиску". Інформаційний пакет програми складається з 16-сторінкового буклету з характеристиками вин, описанням виноградників, розповідями про виноробів та коментарями фахівців. Меню страв для бізнес-класу "Делта" також є вишуканим. Серед основних блюд пропонуються на вибір: курча у портвейні, райдужна форель, яловичина-гриль. У меню економ-класу - рагу з яловичини або підсмажена куряча грудка. Крім того закуски, десерти, фрукти, вина. Для тих, хто віддає перевагу легкій їжі, існує дієтичне меню - обід із чотирьох страв не перевищує 900 калорій. З 2000 р. "Делта" розпочала програму з покращення бортового харчування на міжнародних лініях для пасажирів економ-класу. Розширене меню, збільшені розміри порцій та асортимент салатів, включені сандвічі.

Перевезення пасажирів на літаках ділової авіації, а саме розрахунки вартості польоту та рівень організації обслуговування, здійснюється за класом VIP. Як правило, польоти тривають від двох годин до доби. За стандартом такого обслуговування - окреме оформлення документів, без черги; у меню вишукані страви та напої; обладнання офісною технікою, сучасними засобами зв'язку. Крім того, перевагою ділового літака є відсутність у салоні зайвих пасажирів, що будуть небажаними свідками переговорів співробітників компанії. Ще однією важливою особливістю ділової авіації є здатність літаків використовувати невеликі аеропорти, іноді з поганим покриттям, а також аеропорти невеликих населених пунктів, де рейсові маршрути виконуються нерегулярно. У США подібні літаки мають можливість використовувати 5400 аеропортів, а літаки рейсової авіації використовують лише 580 аеропортів. Більше того, 75% усіх пасажирів рейсових літаків літають через 29 найбільших центрів авіаперевезень у країні.

Досліджуваний перевізник, як компанія, що позиціонує себе як лоу-кост просто зобов’язана розвивати та удосконалювати перелік додаткових послуг. Проведемо аналіз додаткових послуг, що надаються авіакомпанією в даний час. Розпочати необхідно з міксу тарифів, так званих Branded Fares, що пропонують декілька пакетів від найдешевшого, що включає лише послугу перевезення та невелику ручну поклажу та тарифу «все включено». У різних авіаперевізників назви тарифів різняться, але відображають один і той же підхід збільшення середньої вартості перевезення. Авіакомпанія «Скайап» пропонує покупку квитків економ-класу за трьома тарифами:   
1. Тариф Basic – не підлягає поверненню або скасування. Відрізняється низькою вартістю. У комплект входить ручна поклажа до 7 кг, габаритами 55х40х20 (сума параметрів 115 см).   
2. Тариф Standard – включає ручну поклажу до 7 кг і багаж до 23 кг. Можливо поміняти дату вильоту з доплатою незалежно від дати зміни (до / після вильоту 50USD / 80USD).  
3. Тариф Flex – передбачає скасування броні квитка за двома варіантами цін, в залежності від моменту відміни: до (50USD) або після вильоту (80USD). Також можна поміняти його на іншу дату - до польоту ця послуга безкоштовна, після (в разі, якщо ви запізнилися на рейс) – платна (80 USD). У квиток входить ручна поклажа 7 кг та багаж 23 кг. Компанією «Скайап» встановлено наступні тарифи на провезення багажу: ручна поклажа – безкоштовно на одну людину; багаж – безкоштовно на одну людину в тарифі Standart і Flex; спортивне спорядження – 25 EUR (за курсом Національного банку України на день оплати); малогабаритні музичні інструменти – безкоштовно в якості ручної поклажі або багажу; великогабаритні інструменти – 25 EUR; Дозволена кількість додаткових місць на одного пасажира становить 4 шт. по 23 кг або 2 шт. по 32 кг. Друге багажне місце на 23 кг коштує 25 EUR, на 32 кг – 40 EUR. Додатково на борт може проноситися ще одна одиниця ручної поклажі параметрами 55x40x20 см та вагою до 7 кг за 30 дол. США. Авіакомпанія за додаткову оплату пропонує послугу перевезення домашніх тварин у салоні літака. Правила авіакомпанії дозволяють перевозити тільки котів чи собак. Інші домашні тварини, тварини незвичайного розміру і дикі тварини перевозяться в якості вантажу (cargo). Забронювати і сплатити послугу перевезення тварини в салоні потрібно не пізніше 24 годин до вильоту в особистому кабінеті на сайті авіакомпанії або під час придбання квитка. Така необхідність пов'язана з обмеженою кількістю тварин, яких ми можемо прийняти до перевезення в салоні літака. Послугу перевезення тварини в багажному відділенні можна забронювати і оплатити онлайн або під час реєстрації в аеропорту. Варто відзначити, що вартість послуги онлайн нижча, ніж при оформленні в аеропорту. При сплаті онлайн раніше ніж за 24 години вартість складатиме 45 дол. США, а при сплаті в аеропорту – 60 дол. США. Одна з «класичних» послуг більшості перевізників, уже не лише бюджетних, є вибір місця в салоні літака. Пасажира пропонується можливість вибрати за певну ціну місце в салоні літака, що найбільше відповідає їх уподобанням. Найдорожчими є місця з додатковим простором для ніг. Це місця попереду салону та в аварійних рядах. Варто зазначити, що на придбання місць в аварійних рядах є низка обмежень. Згідно з правилами авіакомпанії та безпеки польотів пасажирам наступних категорій не надаються місця у аварійних рядах:

• пасажири з обмеженими фізичними або психологічними можливостями;

• пасажири з порушеннями функцій зору / слуху / мови;

• діти до 16 років і немовлята;

• пасажири з немовлятами;

• вагітні жінки;

• літні пасажири;

• депортовані пасажири;

• пасажири з тваринами.

Іншою популярною категорією є місця попереду салону, що дають можливість одними з перших покинути борт.[11] Досліджувана авіакомпанія використовує принцип зонування і виділяє наступні категорії місць:

• місця категорії А (місця з додатковим простором для ніг: 1-й ряд попереду салону, аварійний ряд);

• місця категорії В (Ряди 2 – 4);

• місця категорії С (Ряди 5 – 12);

• місця категорії D (інші ряди ).

Деякі перевізники, наприклад Ryanair та МАУ, додатково виокремлюють категорії місце біля вікна та місце біля проходу. Також пасажир має можливість придбати вільне місце поруч та придбати окреме місце для провезення багажу в салоні за вартістю тарифу. Перевізник пропонує бортове меню під брендом «Celebrate your flight!». Так, пасажири можуть придбати на борту літака апетитні снеки, солодощі, прохолоджувальні, гарячі та алкогольні напої. А також парфумерію, косметику або аксесуари за привабливою tax-free ціною. Пропонується також послуга попереднього замовлення харчування під час польоту. Пасажири мають можливість обрати з широкого асортименту меню різноманітні страви, включаючи сети з особливими запитами на зразок вегетаріанського меню, кошерного та халяльного меню. Це цілком входить в концепцію сучасного формату подорожей, коли харчування не включається у вартість перельоту, а сплачується окремо. Натомість це дає можливість не переплачувати за послугу пасажирам, які цього не потребують і підвищити якість сервісу пропонуючи більш різноманітне меню. Ще однією послугою, притаманною всім лоу-костам є платна реєстрація в аеропорту. Попередня самостійна реєстрація пасажиром на сайті є безкоштовною. Натомість якщо пасажир забув або не бажає самостійно здійснити реєстрацію за реєстрацію в аеропорту введений додатковий збір у розмірі 21 дол. США. Даний збір спрямований на стимулювання пасажирів до самостійної реєстрації на сайті та зменшення витрат авіакомпанії на залучення додаткового персоналу хендлінгових компаній та прискорення посадки на рейс. Як і всі інші бюджетні компанії «Скайап» продає базові економ тарифи на умовах неповернення, без можливості зміни дати польоту чи внесення змін у квиток. Відповідно, за зміни чи уточнення квитка (при необхідності змінити кілька букв, а не прізвища повністю чи в разі допущення більше 3-х помилок в номері паспорта, терміні його дії, датою народження) також стягується додатковий збір у розмірі 45 дол. США. Ще однією з додаткових послуг є «Супровід неповнолітнього». Згідно із законодавством самостійно подорожувати Україною можуть діти від 5 до 14 років включно, за міжнародними напрямками — від 5 до 16 років. Для того щоб дитина мала змогу самостійної мандрівки, необхідно оформити послугу “Супровід неповнолітньої дитини”. Її вартість — 60 дол.(вартість однакова для оформлення онлайн або безпосередньо в аеропорту). З комісійних послуг, представлених у авіакомпанії «Скайап», є пропозиція компанії HighPass, що пропонує пасажирам нижчезазначені послуги: VIP обслуговування в аеропортах - це окремий термінал, де особистий асистент подбає про предполітні/післяполітні процедури і організовує комфортний відпочинок: оформить документи, зареєструє багаж, а також запропонує вишукані страви та напої. VIP обслуговування також означає окремий контроль на безпеку і паспортний контроль без черг, персональний трансфер між терміналом і повітряним судном, а також виділену парковку. Fast track / Meet & greet. Дана послуга дозволяє пасажирам не витрачати зайвий час і уникнути черг при проходженні обов'язкових процедур, оформленні багажу та реєстрації. З цією послугою ви без клопоту і очікування пройдете всі необхідні процедури, а якщо відправляєте в подорож дитину чи батьків, будете за них спокійні. Асистент допоможе максимально оперативно і гладко пройти предполітні чи післяполітні процедури. Business lounge. Окремі зони преміум-класу, розташовані в залах вильоту аеропортів. Ідеальне місце, щоб розслабитися, випити різних напоїв, насолодитися вишуканою їжею, або попрацювати в комфортній атмосфері. Загалом перелік додаткових послуг,які надає українська авіакомпанії «Скайап» представлено в табл. 1.3.

Таблиця 1.3. Додаткові послуги авіакомпанії «СкайАп»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Назва послуги | Опис | Вартість послуги | |
| Онлайн | В аеропорту |
| Перевезення  тварини у салоні | • Тільки коти або собаки  • Максимальна вага – 10 кг (разом із контейнером)  • Параметри контейнера – 50х40х25 см  • Максимум 4 контейнери на літак | 45 $ | 60 $ |
| Перевезення  тварини у  багажному  відділенні | • Максимальна вага – 23 кг (разом із контейнером)  • Параметри контейнера – не більше 310 см у сумі трьох вимірів | 95 $ | 120 $ |
| Супровід  неповнолітньої  дитини | • Вік від 5 до 16 років на міжнародних рейсах  • Вік від 5 до 14 років на внутрішніх рейсах | 30 $ | 45 $ |
| Додаткова одиниця зареєстрованого багажу, до 32 кг | • Максимальна вага – 32 кг  • Параметри – не більше 158 см у сумі трьох вимірів | 50 $ | - |
| Негабаритний багаж | • Сума трьох параметрів від 159 до 330 см | 45 $ | 70 $ |
| Спортивне спорядження | • Максимальна вага – 23 кг  • Параметри – не більше 330 см у сумі трьох вимірів  • Безкоштовно, якщо сумарна вага спорядження і одиниці зареєстрованого багажу не перевищує 23 кг | 30 $ | 60 $ |
| Перевищення норми зареєстрованого багажу, 1 кг | • Якщо вага зареєстрованого багажу перевищує 23 кг  • За кожний додатковий кілограм  • Максимальна вага одного місця – 32 кг | - | 6 $ |
| Додаткова ручна  поклажа | • 1 од. - 7 кг  • Максимальний розмір 55x40x20 см | - | 30 $ |
| Доставка ручної поклажі на борт (DAA, delivery at aircraft) | • 1 місце до 10 кг, сума параметрів до 158 см  • Пасажир самостійно доставляє багаж до трапа і отримує його по прильоту біля літака | 30 $ | 60 $ |
| Зона місць A | • 1 ряд  • Аварійний ряд | 18 $ | 18 $ |
| Зона місць B | • Ряди 2 – 4 | 12 $ | 12 $ |
| Зона місць C | • Ряди 5 – 12 | 8 $ | - |
| Зона місць D | • інші ряди | 6 $ | - |
| Додаткове місце для пасажира | • Вільне місце поруч із пасажиром  • При наявності мінімум 5 вільних місць на рейсі | вартість квитка | 120 $ |
| Додаткове місце в салоні для багажу | • Максимальні габарити - 40х55х115 см  • Максимальна вага - 75 кг | вартість квитка | тариф GoShow |
| Реєстрація пасажирів в аеропорту | • Безкоштовно в аеропортах, на вильоті з яких не передбачена онлайн-реєстрація  • Платно в аеропортах, на вильоті з яких можлива онлайн-реєстрація  • Безкоштовно для:  • - осіб старше 60 років  • - пасажирів з інвалідністю (І та ІІ груп)  • - учасників АТО/ООС | Online checkin (free) | 21 $ |
| Коригування даних бронювання пасажира | • при необхідності змінити кілька букв, а не прізвища повністю  • в разі допущення більше 3-х помилок в номері паспорта, терміні його дії, датою народження  • не пізніше 5 годин до вильоту Безкоштовно для:  • - пасажирів старше 65 років;  • - пасажирів, які здійснюють зміни у зв'язку зі зміною сімейного стану;  • - пасажирів, які припустилися до 3-х помилок у номері паспорта або помилково вказали стать. | 45 $ | - |

Іншою українською компанією, що пропонує пасажирам лоу-кост пропозиції та використовує аналогічну структуру тарифів та додаткових послуг є авіакомпанія МАУ. МАУ пропонує споживачам лоукост-тариф з 11 травня 2017 р. Акційні пропозиції діють в аеропортах Києва, Харкова, Львова, Одеси і Запоріжжя. Також є рейси із Вінниці та Дніпра. Оптимальний варіант - купувати квиток за 10 та більше місяців. Пізніше – ціна зростає мінімум удвічі. Станом на грудень 2019 р. МАУ пропонує рейси з Борисполя, Львова, Харкова, Одеси, Дніпра, Запоріжжя та Вінниці. Пошук та бронювання квитків онлайн можна зробити на офіційному сайті перевізника або на сайтах пошуку авіаквитків. На сьогодні компанія виконує регулярні і чартерні рейси за внутрішніми та міжнародними напрямках (Європа, Північна Америка, Африка, різні регіони Азії). Сьогодні їх близько 80. Загалом можна констатувати, що функціонування лоукост-компаній визначило нові умови на авіаційному ринку перевезень України, що значно загострило конкуренцію перевізників не лише в цивільній авіації, але й на інших видах транспорту. В умовах зростаючого цінового тиску та наявності лоукост-перевізників пропонувати більш високі тарифи для пасажирів вже не актуально. Традиційні авіакомпанії змушені змінювати пріоритети і переорієнтовувати свою діяльність в бік підвищення ефективності роботи, розробляючи альтернативні моделі, що покликані сприяти поверненню пасажирів. Що ж до переліку та вартості додаткових послуг, то перелік послуг МАУ стосовно досліджуваної авіакомпанії є дещо ширшим. Крім зазначених послуг перевізник пропонує послугу фіксації тарифу, декілька видів страхування, послуга підвищення рівня комфорту подорожі (можливість придбати підвищення класу до преміум-економ чи бізнес), бронювання готелів, трансфер, прокат автомобілів, оренду паркомісць в аеропортах, можливість здати ПЦР тест перед відльотом чи по прильоту для зняття з самоізоляції, можливість придбати тур до Чорнобиля та магазин товарів Duty-free. У рамках дослідження лоукост-авіакомпаній України розглянуто особливості роботи таких перевізників, як Wizz Air, Ryanair та МАУ. Угорський лоукостер Wizz Air за кількістю польотів, здійснених в Україні, з 2016 р. входить у ТОП-10 авіакомпаній, а за результатами 2018 р. – зайняв четверте місце. Станом на грудень 2019 р., Wizz Air пропонує рейси з Києва (аеропорт Жуляни), Львова, Харкова, Одеси. Пошук та бронювання квитків онлайн можна зробити на офіційному сайті. Клієнти авіакомпанії WizzAir можуть придбати квиток за трьома базовими тарифами:

1. Тариф Basic передбачає подорож тільки з ручною поклажею. Найдемократичніший варіант.

2. Тариф Wizz Go включає багаж до 20 кг і сумку на коліщатках. Дозволяє здійснювати пріоритетну посадку і реєстрацію, а також обрати посадочне місце.

3. Тариф Wizz Plus включає всі послуги попереднього тарифу плюс можливість змінити рейс необмежену кількість разів (за 3 години до польоту або раніше), безкоштовно реєструватися в аеропорті і отримувати повернення грошей при скасуванні польоту.[13] Вартість додаткового багажу у компанії Wizz Air представлена у табл. 1.4.

Таблиця 1.4. В Вартість доплати за багаж в компанії Wizz Air

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Послуга | до грудня 2018 р. | з січня 2019 р. | з квітня 2019 р. |
| Wizz Priority (пріоритетна посадка, дві ручні поклажі) | €5 – €15 | €5 – €17 | €5 – €30 |
| Малий зареєстрований багаж до 10 кг | €7 – €12 | €9 – €27 | €9 – €36 |
| Зареєстрований багаж до 20 кг | €14 – €70 | €15 – €50 в аеропорту – €55 | €15 – €52 в аеропорту – €55 |
| Зареєстрований багаж до 32 кг | €19 – €86 | €23 – €72 в аеропорту – €120 | €23 – €73 в аеропорту – €120 |

Ціна на ці послуги у Wizz Air залежить від сезону, напрямку, а також від того додана послуга під час купівлі квитка чи згодом. У 2019 р. високим сезоном вважався період з 13 по 28 квітня та з 16 червня по 22 вересня. У компанії Wizz Air існують також системи знижок і спеціальних пропозицій:  
1. Wizz Discount Club – дозволяє отримувати знижки на покупку квитків і багажу, ділитися ними з попутниками, інформування про спеціальні пропозиції та акції електронною поштою. Вартість – 29,99 EUR в рік.

2. Wizz Flex – можливість змінити параметри рейсу за 3 години до вильоту (або раніше), а також отримати повернення коштів при скасуванні квитка. Вартість –10 EUR.

3. Wizz Priority – окрема стійка реєстрації для швидкого проходження, пріоритетна посадка і можливість взяти додаткову сумку на борт. Вартість – 5-25 EUR.

4. Блокування тарифу – можливість зафіксувати тарифний план на 48 годин (доступно за умови броні не раніше, ніж за 7 днів до блокування), а також купити квитки без вказівки імені, зробивши це перед реєстрацією. Вартість – 3 EUR.

Авіакомпанія Wizz Air, разом з Ryanair потребують більш детального огляду, оскільки саме ці два перевізники є домінуючими лоукостерами не лише на ринку України, а й на європейському ринку. Вони є комерційно успішними і з року в рік нарощують свої потужності та присутність на українському ринку, продовжуючи експансію і в інших європейських країн та все більше витісняючи класичних перевізників. Вони мають виключні компетенції щодо реалізації додаткових послуг, тому є дуже хорошими основами для проведення бенчмаркінгу стосовно розвитку додаткових сервісів досліджуваної аівакомпанії.

У Ryanair існує три тарифи, в рамках яких купується квиток:

1. Тариф Standart – передбачає провезення ручної поклажі встановлених габаритів. Вважається найдемократичнішим варіантом.

2. Тариф Plus – включає багаж до 20 кг і два місця ручної поклажі. У подарунок пропонується пріоритетна посадка.

3. Тариф Flexi Plus – включає всі перераховані вище послуги, а також можливість змінювати дату або маршрут за день до передбачуваного вильоту і зареєструватися прямо перед вильотом в аеропорту, послугу швидкого проходження реєстрації та вибору місця. Значна частина квитків авіакомпанії Ryanair спочатку продається за ціною 10 євро, при цьому середня вартість квитка на рейси Ryanair становить менше 40 євро.[12]

Вартість базових додаткових додаткових послуг від компанії Ryanair представлено у табл. 1.5.  
Таблиця 1.5. Вартість додаткових послуг від компанії Ryanair

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Послуга | Онлайн | Після бронювання |
| Маленька сумка | Безкоштовно | Безкоштовно |
| Пріоритетна посадка і 2 одиниці ручної поклажі | 6-14 євро | 6-14 євро |
| Зареєстрований багаж до 10 кг | 10-17,5 євро | 10-25 євро |

Також Ryanair пропонує бортове харчування (Додаток А).

Як бачимо, всі інші авіакомпанії надають ширший перелік додаткових послуг та роблять це більш успішно і потягом значно тривалішого періоду часу. Особливий інтерес становить досвід компаній Wizz Air та Ryanair, які є основними гравцями європейського ринку авіаперевезень та з моменту створення працюють за моделлю лоу-кост перевізника. Ця модель передбачає отримання прибутків в значній мірі від отримання додаткових доходів, що включають як продажі супутніх послуг, так і штрафні виплати від реєстрації на рейс в аеропорту, плати за звернення в кол-центр, плати за внесення змін до квитка, доходів від комісійних послуг, відсотки від реалізації товарів безмитної торгівлі в аеропортах тощо.

РОЗДІЛ 3

**3.1. Обслуговування туристів в аеропортах**  
Туристи, прибуваючи в аеропорт, можуть отримати різноманітні послуги для зручності та комфорту під час своєї подорожі. Основні послуги, доступні в більшості аеропортів, включають:  
1. Реєстрацію та багажну службу: Туристи можуть зареєструватися на свій рейс та отримати посадковий талон. Вони також можуть відправити свій багаж, який буде перевезений на відповідний літак.  
2. Безпека та імміграція: Туристи пройдуть через контроль безпеки та імміграційні формальності, включаючи перевірку паспортів та візових умов.  
3. Митний контроль: Після імміграції туристи можуть підлягати митному контролю, де їхня особиста поклажа може бути перевірена для забезпечення дотримання митних правил та обмежень.  
4. Обмін валют: Багато аеропортів пропонують обмінні пункти, де туристи можуть змінити гроші на місцеву валюту або на інші валютні одиниці.  
5. Банківські та фінансові послуги: Туристи можуть мати доступ до банкоматів, банківських послуг, обміну чеків або інших фінансових послуг.  
6. Кафе, ресторани та магазини: Багато аеропортів мають різні заклади харчування та магазини, де туристи можуть перекусити або придбати подарунки, сувеніри та інші товари.  
7. Зарядка пристроїв: В аеропортах можуть бути доступні місця для зарядки мобільних телефонів, ноутбуків та інших електронних пристроїв.  
8. Wi-Fi та інтернет-послуги: Багато аеропортів надають безкоштовний доступ до Wi-Fi, щоб туристи могли підключатися до Інтернету.  
9. Чекінг-аут: При вильоті туристи можуть перевірити свої рейси та отримати додаткову інформацію про гейти вильоту, зміни розкладу тощо.  
Це лише загальний перелік послуг, які можуть бути доступні в аеропортах. Конкретний перелік послуг може відрізнятися залежно від розміру аеропорту, його локації та рівня обслуговування. Для прикладу розглянемо які послуги пропонує аеропорт "Бориспіль" в Києві. Ось кілька прикладів таких послуг:  
1. Бізнес-луни: Аеропорт "Бориспіль" має бізнес-луни, де туристи можуть відпочити, скористатися безкоштовним Wi-Fi, скористатися послугами прасування, а також отримати закуски та напої.  
2. VIP-послуги: Для туристів, які бажають ексклюзивного обслуговування, доступні VIP-послуги, включаючи окремий вхід, прискорений контроль безпеки та імміграції, особистого асистента, трансфер до літака та інші переваги.  
3. Аптечки та медичні послуги: У разі потреби туристи можуть скористатися медичними послугами та отримати першу допомогу в аеропорту. Також доступні аптечки для покупки медикаментів та засобів гігієни.  
4. Дитячі майданчики: Для сімей з дітьми аеропорт "Бориспіль" пропонує дитячі майданчики, де діти можуть розважатися та знайти заняття перед вильотом або після прильоту.  
5. Харчування та розваги: В аеропорту є ресторани, кафе, бари та кав'ярні, де туристи можуть скуштувати страви різних кухонь, придбати напої та перекусити. Крім того, можливість купівлі подарунків, сувенірів та інших товарів.  
6. Готелі: В безпосередній близькості від аеропорту "Бориспіль" знаходяться готелі, які пропонують проживання туристам, які мають довгий транзит або пізній прильот.  
7. Автопаркінг: Аеропорт надає автопаркінг для туристів, які прибули на власному автомобілі. Є можливість короткострокового та довгострокового паркування з різними тарифами.  
Варто зауважити, що це лише кілька прикладів послуг, які доступні в аеропорту "Бориспіль". Повний перелік послуг може бути отриманий на офіційному веб-сайті аеропорту або запитанням до аеропорту напряму.[3] Однією з самих популярних серед туристів додаткових послуг є наявність Duty-free в аеропорті. Duty-free - це торговий формат, що пропонує безмитне збутове місце для пасажирів у міжнародних аеропортах, круїзних портах та на кордонах. Такі магазини пропонують різноманітний асортимент товарів, включаючи парфуми, косметику, алкогольні напої, тютюнові вироби, шоколад, електроніку та інші товари.  
Особливістю duty-free є те, що покупки в цих магазинах звільняються від місцевих податків і митних зборів, що робить їх привабливими для туристів. Таким чином, пасажири можуть зекономити гроші, купуючи товари за зниженими цінами порівняно з роздрібними магазинами за межами аеропорту.  
Додатково, деякі duty-free магазини пропонують додаткові послуги, такі як резервування товарів перед вильотом, безкоштовна доставка покупок до вильотного гейту або послуги повернення податку (Tax Free), якщо пасажир має право на повернення податку за придбані товари.  
Duty-free магазини зазвичай розташовані у транзитних зонах аеропорту, де пасажири можуть здійснити покупки після пройденого контролю безпеки та імміграційних формальностей. Також деякі аеропорти можуть мати duty-free магазини у прибуттєвому залі, де пасажири, прибуваючи в країну, можуть здійснити покупки.  
Важливо зауважити, що правила та доступні товари в duty-free магазинах можуть відрізнятися в залежності від країни та аеропорту, тому рекомендується перевіряти конкретні правила та обмеження перед здійсненням покупок.

**3.2. Обслуговування туристів на борту**  
Авіакомпанії пропонують різноманітні додаткові послуги на борту літака. Ці послуги можуть включати безкоштовні страви та напої під час польоту. Однак, деякі компанії також пропонують преміум-варіанти страв або додаткові вибіркові меню за додаткову плату. Літаки зазвичай оснащені екранами з відеопрогравачами, на яких пасажири можуть переглядати фільми, серіали, слухати музику або грати в ігри. У деяких авіакомпаніях є також можливість підключення до Wi-Fi або використання розважальних систем на особистих електронних пристроях. Вищі класи обслуговування (бізнес-клас, перший клас) надають комфортні крісла, спеціальне меню та додаткові зручності. Деякі авіакомпанії продають безмитні товари на борту. Існує можливість придбати додаткове місце для багажу. Персонал авіакомпанії надає допомогу пасажирам з різними потребами, такими як посадка, дитячі ліжечка, допомога з дієтами тощо. Варіанти та вартість цих послуг можуть залежати від багатьох факторів. Це основні послуги які є в більшості авіакомпаній, але є деякі авіакомпанії, які за додаткову плату готові надати своїм пасажирам і незвичні послуги. Незвичні послуги на борту літака можуть варіюватися в залежності від авіакомпанії та її політики обслуговування. Ось кілька прикладів:  
1. Масажні крісла: Деякі авіакомпанії, особливо в бізнес- та першому класах, можуть пропонувати масажні крісла або масажні послуги на борту літака для пасажирів, які бажають розслабитися та зняти напругу під час польоту.  
2. Ароматерапія: Деякі авіакомпанії можуть надавати пасажирам ароматерапевтичні послуги, такі як використання ефірних олій або ароматичних спреїв для створення спокійної атмосфери та покращення загального самопочуття.  
3. Курси кулінарії або винний дегустаційний курс: Деякі авіакомпанії можуть пропонувати пасажирам можливість взяти участь у курсах кулінарії або винних дегустаціях під час польоту, де вони зможуть спробувати та навчитися приготуванню різних страв або дізнатися більше про вина.  
4. Спеціальні тематичні події: Деякі авіакомпанії організовують тематичні події на борту літака, такі як вечірки, концерти, модні покази або майстер-класи. Це може створювати особливу атмосферу та розважати пасажирів під час польоту.  
Варто зазначити, що ці послуги не є стандартними і можуть бути доступні лише на деяких рейсах та в обмеженому обсязі. Інформацію про конкретні незвичні послуги можна знайти на веб-сайтах авіакомпаній або запитати у них безпосередньо.

**3.3. Перспективи розвитку авіаційних перевезень України**Авіаційна галузь займає важливе місце в житті суспільства, будучи задіяною в багатьох сферах життя: перевезенні пасажирів, пошти, вантажів та багажу, виконанні сільськогосподарських робіт, будівництві. Розвиток міжнародних відносин та глобалізація економічних процесів стимулюють розвиток повітряних перевезень, зростання попиту на швидке та зручне транспортне сполучення. Україна має досить потужний потенціал у галузі авіації. Зокрема, на її території міститься два найбільших виробники авіатехніки в СНД – Харківське державне авіаційне промислове підприємство та Авіаційний науково-технічний комплекс ім. О. К. Антонова, що є лідерами українського літакобудування. Загалом станом на липень 2012 року в Україні діють 26 організацій, що мають чинний Сертифікат розробника авіаційної техніки, а шість із них мають необмежений термін дії цього Сертифіката. У цілому в Україні 25 підприємств мають право створювати і розробляти нові моделі і технології авіаційного обладнання. Україна володіє досить потужним потенціалом та має наукову і промислову базу, що представлено 25 підприємствами, які можуть розробляти й удосконалювати авіаційну техніку. Незважаючи на досить складні економічні обставини, Україна поки ще зберігає свій базовий науковий, технічний і виробничий потенціал, що дав змогу розробити і сертифікувати за останній час кілька зразків техніки цивільної авіації, яка конкурує зі своїми світовими аналогами. Для того щоб зрозуміти які перспективи має українська авіація, потрібно розглянути шлях її розвитку з моменту проголошення незалежності. Розвиток українських авіакомпаній був характеризований різними етапами, змінами в літаковому парку, конкуренцією та змінами в ринкових умовах. Ось загальний огляд розвитку українських авіакомпаній до 2019 року:  
1. Перші роки незалежності: Після отримання Україною незалежності у 1991 році було створено кілька національних авіакомпаній, включаючи Ukraine International Airlines (UIA). В цей період авіаційна індустрія переживала важкі економічні труднощі, але були зроблені перші кроки для розвитку внутрішнього та міжнародного авіаперевезення.  
2. Зростання після 2000 року: У 2000-х роках українські авіакомпанії почали активно розширювати свою мережу міжнародних рейсів і відкривати нові напрямки. UIA стала найбільшою авіакомпанією України та лідером у внутрішніх та міжнародних авіаперевезеннях. Крім того, з'явилися інші українські авіакомпанії, такі як Aerosvit Airlines, Windrose Airlines та МАУ (Міжнародні авіалінії України).  
3. Економічні труднощі та зміни: У 2010-х роках українські авіакомпанії зіткнулися з рядом економічних труднощів та змінами в ринкових умовах. Політична нестабільність, зростання цін на паливо та конкуренція призвели до скорочення діяльності деяких авіакомпаній та змін в їх внутрішньому рейтингу.  
4. Політика відкритого неба: У 2016 році Україна приєдналася до Угоди про спільне авіаційне просторове відкрите небо (Open Skies Agreement), що сприяло збільшенню числа міжнародних рейсів та конкуренції на ринку авіаперевезень.

Пандемія коронавірусу суттєво вплинула на ринок авіаперельотів України. Запровадження обмежень, локдаунів та обмежень щодо подорожей призвело до раптового спаду попиту на авіаперельоти. Багато людей відмінили свої подорожі, а бізнес-та туристичні подорожі зазнали значного зниження.  
Багато авіакомпаній були змушені скасувати частину або навіть більшість своїх рейсів через зменшений попит і обмеження введені урядами. Деякі авіакомпанії також скоротили маршрути та зупинили обслуговування деяких напрямків. Авіакомпанії впровадили додаткові безпекові протоколи для забезпечення безпеки пасажирів та персоналу. Це включає масковий режим, соціальну дистанціювання, засилений прибирання та додаткові заходи для мінімізації ризику передачі вірусу на борту літака. Також багато авіакомпаній зазнали фінансових труднощів через значне зменшення доходів. Скасування рейсів та знижений попит призвели до значного зменшення доходів від авіаперевезень. Деякі авіакомпанії змушені були звертатися до урядової допомоги або проводити реструктуризацію для збереження фінансової стабільності. З поступовим зняттям обмежень та впровадженням вакцинації проти COVID-19 ринок авіаперельотів почав показувати ознаки відновлення. Авіакомпанії поступово відновлювали рейси та розширювали мережу місць призначення, проте попередні рівні пасажиропотоку так і не були досягнуті.

Український ринок авіаперельотів має потенціал для подальшого розвитку. Ось деякі перспективи, які можуть вплинути на розвиток цього ринку:  
1. Збільшення попиту: З відновленням міжнародних подорожей та підвищенням мобільності пасажирів очікується зростання попиту на авіаперельоти. Покращення економічної ситуації та збільшення туристичного потоку можуть сприяти збільшенню пасажирського обсягу.  
2. Розширення мережі маршрутів: Авіакомпанії можуть розширювати свою мережу маршрутів, відкривати нові напрямки та збільшувати частоту рейсів. Це може привернути більше пасажирів та сприяти зростанню авіаперевезень.  
3. Покращення сервісу та конкуренція: Зростання конкуренції між авіакомпаніями може спонукати їх до покращення якості сервісу, включаючи зручність та комфорт на борту, ширший вибір послуг та програм лояльності для пасажирів.  
4. Модернізація літакового парку: Впровадження сучасних та більш економічних літаків може допомогти авіакомпаніям знизити витрати на паливо та експлуатацію, а також забезпечити більш комфортний та екологічно чистий перевезення.  
5. Підтримка від держави: Державні ініціативи та підтримка можуть сприяти розвитку українського ринку авіаперельотів, включаючи спрощення регуляторного середовища, залучення інвестицій та стимулювання розвитку авіаційної інфраструктури.  
Враховуючи ці фактори, український ринок авіаперельотів має потенціал для росту та розвитку в майбутньому. Однак, варто зазначити, що точні перспективи розвитку залежать від багатьох факторів, включаючи світові тенденції в авіаційній індустрії, економічну стабільність та політичну ситуацію.

ВИСНОВКИ

У ході дослідження було проведено характеристику ринку туристичних авіаперевезень України. Виявлено, що цей ринок є важливим складовим сектору туризму та авіаційної індустрії країни.  
Аналізуючи стан ринку, було встановлено, що авіаперевезення в туристичному сегменті мають значний обсяг попиту. За останні роки спостерігалось постійне зростання числа пасажирів, що користуються авіатранспортом для туристичних подорожей. Це пояснюється зростанням мобільності населення, збільшенням туристичного сприйняття та зростанням економічної стабільності.  
Однак, ринок туристичних авіаперевезень також стикається з рядом викликів. Пандемія коронавірусу значно вплинула на ринок, призвівши до зниження попиту та скасування багатьох рейсів. Авіакомпанії зазнали фінансових труднощів, а безпекові протоколи були посилені для забезпечення безпеки пасажирів.  
Однак, розвиток ринку туристичних авіаперевезень України має перспективи. З покращенням ситуації щодо пандемії та відновленням міжнародних подорожей, очікується зростання попиту на авіаперевезення. Розширення мережі маршрутів, покращення сервісу та конкуренція між авіакомпаніями можуть стимулювати подальший розвиток ринку. Також, підтримка від держави та модернізація літакового парку можуть сприяти залученню більшого обсягу пасажирів та забезпеченню стабільного розвитку.

Не менш важливим фактором розвитку авіаперевезень є зростання кілкості та якості додаткових послуг, що надаються авіакомпаніями для туристів. Аналізуючи ці послуги, було встановлено, що вони охоплюють різні аспекти подорожей. Наприклад, авіакомпанії надають можливість вибору місця у салоні, передачі додаткового багажу, пріоритетного посадочного місця та розширеного вибору страв у бортовому меню. Також, деякі авіакомпанії пропонують преміальні класи обслуговування з розкішними умовами та персональним обслуговуванням.  
Додаткові послуги також охоплюють зручності в аеропорту, такі як пріоритетне розмитнення, доступ до лаунжів, а також можливість використання Wi-Fi та розширених зон зарядки.  
Багато авіакомпаній також розвивають програми лояльності, які дозволяють пасажирам отримувати додаткові переваги, такі як накопичення бонусних балів, знижки на перельоти та доступ до ексклюзивних послуг.  
Можна зробити висновок, що додаткові послуги авіакомпаній світу грають важливу роль у поліпшенні пасажирського досвіду та забезпеченні конкурентоспроможності. Авіакомпанії постійно розширюють свій спектр послуг, враховуючи потреби та вимоги пасажирів. Забезпечення комфорту, зручності та високої якості обслуговування є ключовими факторами для привертання та утримання клієнтів у конкурентному середовищі авіаційної індустрії.  
Ринок туристичних авіаперевезень України є важливим галузевим сегментом, який має потенціал для росту та розвитку. Однак, для досягнення успіху на цьому ринку, авіакомпаніям варто враховувати сучасні тенденції, вимоги безпеки та потреби пасажирів, а також використовувати стратегії, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності та задоволення потреб клієнтів.

ДОДАТКИ

Додаток А



ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Офіційний сайт Державної авіаційної служби України. URL: <http://avia.gov.ua>.

2. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL: <http://mtu.gov.ua>.

3. Офіційний сайт аеропорту «Бориспіль». URL: <https://kbp.kiev.ua>.

4. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>.

5. Інформаційний портал новин: «Ukrinform». URL: <https://www.ukrinform.ua>.

6. Олешко Т., Геєць І., Павлюк Є. Аналіз сучасного стану авіаційної галузі України.

7. Статистичні дані в галузі авіатранспорту. Міністерство інфраструктури України. URL: <https://mtu.gov.ua/content/statistichni-dani-v-galuzi-aviatransportu.html>.

8. Гричкоєдова М. В. Дослідження діяльності низькобюджетних авіакомпаній на ринку авіаперевезень України / М. В. Гричкоєдова, М. А. Руденський // Економічний простір. - 2018. - № 139. - С. 55-65.

9. Гричкоєдова М. В. Конкурентні переваги як умови розвитку авіакомпаній на світовому ринку / М. В. Гричкоєдова // Інформаційні технології, економіка та право: стан та перспективи розвитку (ІТЕП-2012). - Чернівці: Книжки - ХХІ, 2012. - С.15-16.

10. Малиновська О.Ю. Бюджетні авіакомпанії (low cost): специфіка діяльності та географія перевезень / О.Ю. Малиновська // Географія та туризм. - 2012. - Вип. 21. - С. 155-161.

11. Офіційний сайт авіакомпанії «SkyUp Airlines» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://skyup.aero/uk>

12. Офіційний сайт компанії Ryanair. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ryanair.com>

13. Офіційний сайт компанії Wizz Air. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://wizzair.com/uk-ua/>

14. Офіційний сайт компанії МАУ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.flyuia.com>

15. Офіційний сайт тревел-консолідатора Tickets.UA [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tickets.ua/uk>

16. Про затвердження Порядку установлення аеропортових зборів за обслуговування повітряних суден і пасажирів в аеропортах України. – К. : МІУ, 2018. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://mtu.gov.ua/projects/170/>

17. Щербатенко І.В. Тенденції розвитку малобюджетних авіакомпаній та їх вплив на розвиток авіаринку України / І.В. Щербатенко // Тенденції розвитку малобюджетних авіакомпаній та їх вплив на розвиток авіаринку України. – 2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/3609/1>

18. Як авіаринок відновлюється від коронакризи і на що розраховувати інвесторам: зміни та прогнози [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://investment.24tv.ua/aviatsiya-pandemiya-investuvati-aktsiyiaviapereviznikiv-ostanni-novini_n1440107>

19. Air Passenger Market Analysis (IATA) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economicreports/air-passenger-monthly---dec-2019>

20. Air transport, passengers carried [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://data.worldbank.org/indicator/IS.AIR.PSGR?end=2018&start=1970&view=chart

21. Airlines Financial Monitor (IATA) [Електронний ресурс]. – Режим

доступу: <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economicreports/airlines-financial-monitor-september-2020/>

22. Гурова Д.Д. Перспективи розвитку авіаційного туризму в Україні / Д.Д. Гурова, О.В. Шевченко // Географія та туризм. - 2015. - № 34. – С. 114 – 124.

23. Державна авіаційна служба України. Періодична інформація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://avia.gov.ua/pronas/statistika/periodychna-informatsiya/>

24. Михальченко І. Сучасні тенденції розвитку глобального ринку авіаперевезень пасажирів / Г. Юн, С. Литвиненко, І. Михальченко та ін. // Проблеми та перспективи організації авіаційних перевезень, застосування авіації в галузях економіки і розвитку транспортних систем: монографія / за заг. ред. Г.М. Юна та С.Л. Литвиненка. – К.: Логос, 2011. – С. 7–13.

25. Олешко Т. І. Характеристика та аналіз розвитку лоукостерів в Україні / Т. І. Олешко, І. О. Геєць, Є. Л. Павлюк // Проблеми системного підходу в економіці. - 2018. - Вип. 6. - С. 153-158.

26. Олешко Т. І., Токар В. В. Аналіз та перспективи розвитку авіакомпаній України / Т.Олешко, В.Токар // Економіка і суспільство. – 2018. – № 16. – С. 440- 445.

27. Бугайко Д.О. Вплив процесів глобалізації на авіаційно-транспортну галузь України / Д.О. Бугайко // Проблеми системного підходу в економіці. – К.: НАУ, 2004. – № 9 – С. 26-34.

28. Григор’єв Г.С. Суть ринку транспортних послуг в сучасних умовах господарювання / Г.С. Григор’єв //Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – К.: КМУЦА, 1998. – Вип. 3. – С. 207-212.

29. Гуріна Г.С. Сучасні моделі авіаційного бізнесу та логістичні стратегії / Г.С. Гуріна // Наука і молодь: Зб.наук. праць. – К.: НАУ, 2003. – С. 601-606.

30. Калда К.О. Лояльні споживачі, як фактор підвищення конкурентоспроможності авіаційних підприємств /К.О. Калда // Вісник Хмельницького національного університету. – Секція: Економічні нау-ки. – 2008.– Т. 3.–№3. – С. 14-21.

31. Коба О.В. Тенденції розвитку авіаційного транспорту України / О.В. Коба // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури: зб. наук. праць . – К. : НАУ, 2001. – Вип. 6. – С. 75-79.

32. Кулієв Ю.Ф. Економіка цивільної авіації / Ю.Ф. Кулієв. – К.: Фенікс, 2011. – 680 с

33. Собкевич О.В., Михайличенко К.М. Щодо удосконалення механізмів державного регулювання ринку авіаційних перевезень в умовах інтеграції України до ЄС : аналітична записка. Офіційний сайт Національного інституту стратегічних досліджень. URL: https://niss.gov.ua/doslidzhennya/ekonomika/schodo-udoskonalennya-mekhanizmiv-derzhavnogoregulyuvannya-rinku (дата звернення: 06.01.2020).

34. Саркісова О.М., Токарь А.Ф. Аналіз діяльності по здійсненню авіаційних перевезень в Україні. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. 2018. Вип. 33. С. 236–242.